



# Investigating the Effective Indicators on the Promotion of Intercultural Relations in the Pedestrian Streets Landscape of the Pilgrimage Cities

## ARTICLE INFO

**Article Type**  
Original Research

### Author

Alireza Kamrani<sup>1</sup>  
Mahdi Haghighatbin<sup>2\*</sup>

### How to cite this article

Kamrani, Alireza and Haghighatbin, Mahdi. Investigating the Effective Indicators on the Promotion of Intercultural Relations in the Pedestrian Streets Landscape of the Pilgrimage Cities. Urban Design Discourse. 2026; 7(2): 13-32.

### Doi:

[doi.org/10.48311/udd.2026.112461.0](https://doi.org/10.48311/udd.2026.112461.0)

<sup>1</sup> Master's degree in Landscape Architecture, Faculty of Arts, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.  
<sup>2</sup> PhD in Art Research, Associate Professor, Department of Architecture, Faculty of Art, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.

### \* Correspondence

Address: Tehran, Shohada Gomonam Highway, Tarbiat Modares University, Faculty of Art and Architecture.  
Email: [haghighatbin@modares.ac.ir](mailto:haghighatbin@modares.ac.ir)

### Article History

Received: 23 December 2024  
Accepted: 19 April 2025  
Revised date: 15 June 2026

## ABSTRACT

**Objective:** This article aims to identify and prioritize effective indicators in strengthening intercultural relations in the pedestrian landscape of pilgrimage cities.

**Methods:** The present research is of an applied type and the research method used is analytical-descriptive. To evaluate and prioritize the indicators, a questionnaire for experts (elite) was used, with a statistical population including 47 doctoral and master's students of architecture, landscape architecture, urban management and urban planning, and psychology, as well as a number of Mashhad Municipality's regeneration administrative employees. SPSS version 27 software was used to analyze and measure the data.

**Findings:** 9 indicators (independent variables) that affect the promotion of intercultural relations (dependent variables) were identified. According to the analysis of the questionnaire data, the knowledge increase index with (coefficients (R square) 0.499 and (beta) 0.707) has the greatest impact, and the contact increase index with (coefficients (R square) 0.025 and (beta) 0.159) and the language index with (coefficients (R square) 0.193 and (beta) 0.439) have the least impact on the promotion of intercultural relations.

**Conclusion:** Culture is one of the most important factors in reading and understanding the meanings and traditions of a place. In the field of urban landscape perception, achieving a common reading among people promotes intercultural relations between different user groups, and the use of methods that are consistent with the indicators obtained in the design of the landscape of pilgrimage paths, common reading of the landscape and It will improve intercultural relations.

**Keywords:** Landscape; Narrative; Pilgrimage; Pedestrian; Intercultural Relations.

# بررسی شاخص‌های مؤثر بر ارتقاء روابط بین فرهنگی در منظر پیاده راه‌های شهرهای زیارتی

## اطلاعات مقاله:

## چکیده

نوع مقاله: پژوهشی اصیل

نویسندگان:

علیرضا کامرانی<sup>۱</sup>  
مهدی حقیقت بین<sup>۲\*</sup>

نحوه استناد به این مقاله:

کامرانی، علیرضا و حقیقت بین، مهدی. بررسی شاخص‌های مؤثر بر ارتقاء روابط بین فرهنگی در منظر پیاده راه‌های شهرهای زیارتی. گفتمان طراحی شهری، ۷(۲)، ۱۳-۳۲.

**اهداف:** شناسایی و اولویت‌بندی شاخصه‌های تأثیرگذار در تقویت روابط بین فرهنگی در منظر پیاده راه‌های شهرهای زیارتی است.

**روش‌ها:** پژوهش حاضر از نوع کاربردی و روش تحقیق، تحلیلی - توصیفی است جهت ارزیابی و اولویت‌بندی شاخص‌ها از پرسشنامه برای متخصصین (نخبگان)، با جامعه آماری شامل ۴۷ نفر از دانشجویان دکتری و ارشد معماری، معماری منظر، و رشته‌های مرتبط همچنین تعدادی از کارمندان اداری بازآفرینی شهرداری مشهد، استفاده شده است. جهت تحلیل و سنجش داده‌ها از نرم افزار SPSS ورژن ۲۷ استفاده شده است.

**یافته‌ها:** ۹ عدد شاخص (متغیر مستقل) تأثیرگذار بر ارتقاء روابط بین فرهنگی (متغیر وابسته) مشخص شدند. با توجه تحلیل داده‌های پرسشنامه، شاخص افزایش دانش با (ضرایب (مربع R) ۰.۴۹۹ و (بتا) ۰.۷۰۷) بیشترین و شاخص افزایش تماس با (ضرایب (مربع R) ۰.۰۲۵ و (بتا) ۰.۱۵۹) و شاخص زبان با (ضرایب (مربع R) ۰.۱۹۳ و (بتا) ۰.۴۳۹) کمترین تأثیر را بر ارتقاء روابط بین فرهنگی دارا هستند.

**نتیجه‌گیری:** فرهنگ از جمله عوامل بسیار مهم در خوانش و ادراک معانی و روایات مکان است. در حوزه ادراک منظر شهری، دستیابی به خوانش مشترک میان افراد باعث ارتقاء روابط بین فرهنگی بین گروه‌های مختلف استفاده کننده می‌شود و استفاده از راه کارهایی منطبق با شاخص‌های به دست آمده در طراحی منظر پیاده راه‌های زیارتی، خوانش مشترک منظر و ارتقاء روابط بین فرهنگی را به همراه خواهد داشت.

**واژه‌های کلیدی:** منظر؛ روایتگری؛ زیارت؛ پیاده راه؛ روابط بین فرهنگی.

۱. دانش آموخته کارشناسی ارشد، رشته معماری منظر، دانشکده هنر، دانشگاه تربیت مدرس تهران.  
۲. دکتری پژوهش هنر، دانشیار گروه معماری دانشکده هنر دانشگاه تربیت مدرس تهران.

\* نویسنده مسئول:

دکتر مهدی حقیقت بین

نشانی: تهران، بزرگراه شهدای گمنام، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده هنر و معماری.  
ایمیل: haghghatbin@modares.ac.ir

تاریخ مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱/۳۰

تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۳/۲۵

## ۱. مقدمه

تا قبل از انقلاب صنعتی، اندازه و تناسب عناصر اصلی شکل دهنده شهر، بر مبنای مقیاس انسانی بود و الگوی جابه جایی، بر اساس حرکت فرد پیاده طراحی شده بود؛ یعنی انسان پیاده، اندازه و فاصله‌ها را تعیین می کرد [۱]. توسعه بی رویه شهرها، با رشد و توسعه کالبدی شهرها همگام نبود و منجر به ساخت و سازهای بدون برنامه ریزی و تغییرات فراوان در ساختار فضایی شهرها، گردید [۲].

امروزه بازگشت به مقوله پیاده مداری به موضوعی پررنگ تبدیل شده و رویکردهای نوین شهری به سوی شهرهای پیاده مدار گام برمی دارند [۳] مهم ترین وظیفه فضای پیاده مدار کردن شهرها و ساخت پیاده راه‌ها تقویت و اصلاح کردن برخی از کاربری‌ها، بر طرف کردن مشکلات ترافیکی و ارتقای جنبه‌های اجتماعی فرهنگی عابر پیاده است [۴]

مسیر پیاده روی (پیاده راه) در مقیاس همه شهر عمل کرده و پذیرای همه اقشار مختلف شهروندان است و علاوه بر نقش ارتباطی و دسترسی یک مکان امن و راحت برای ارتباط اجتماعی، فرهنگی، گردش و تفریح را فراهم می آورد [۵] اپلیکارد در کتاب خیابان‌های قابل زندگی بر این نکته باور دارد که خیابان‌ها باید در کنار عملکرد شهری، عملکردهای فرهنگی، اجتماعی، تفریحی، و... را داشته باشند. [۶]

شهرهای زیارتی، به علت وجود حرم و اماکن مقدس، هر ساله میزبان حجم زیادی مسافر از نقاط مختلف دنیا که به این شهرهای توریستی سفر میکنند، هستند و این شهرها شلوغی و ازدحام زیادی را مخصوصا در مناسبت‌ها و تعطیلات خاص تجربه می کنند، از این رو، شهرداری‌ها و همچنین سازمان بهسازی شهر، در صدد انجام تدابیری در قسمت‌های مختلف شهر هستند که شلوغی و ازدحام و مشکلات که برای شهروندان و عابری پیاده به وجود آمده است را تا حدی برطرف کنند و در این راستا تقویت پیاده مداری یکی از رویکردهای غالب می باشد. لیکن چنین به نظر می رسد که در این رویکرد، کمتر موضوع زیارت و روابط بین فرهنگی زا برین مورد توجه قرار می گیرد.

پیاده راه‌ها در شهرهای زیارتی به علت نزدیکی به اماکن مقدس، می توانند به عنوان یک فضای رابط و فضایی بینایی بین محیط شهر و حرم عمل کنند که با توجه به پررنگ بودن مبحث زیارت در شهر و اهمیت مقوله آرامش و حس حضور و ارتباط آن با موضوع زیارت، لازم است که این فضاها به نحوی سازماندهی شوند که به فراهم شدن حس حضور زوار کمک نماید و ارتباطات بین فرهنگی بین زائران مختلف با محوریت زیارت را تقویت نماید. بعضی افراد این عقیده را قبول دارند که «دین در اصل یک فرهنگ است» [۷] و چنانچه فرهنگ را هویت یک «ملت» و ارزشهای فرهنگی را روح و معنای حقیقی یک ملت تلقی

کنیم [۸]، عنصر دین بیش از سایر مؤلفه‌ها در فرهنگ جوامع اسلامی تعیین کننده خواهد بود [۹]؛ چرا که تأکید اسلام بر هویت مسلمانی پیروان خود، بیش از سایر ادیان و فرهنگ هاست به همین دلیل قوام فرهنگ اسلامی به ویژگی اسلامیت آن مربوط میشود انتظار میرود مسلمانان بر هویت اسلامی خود بیش از سایر مؤلفه‌ها مانند سرزمین، زبان، نژاد و... تأکید کنند. ارتباطات بین فرهنگی، افراد را در مسیری از تبادل افکار، ارزشها و ایده‌ها قرار می دهد که باعث افزایش همبستگی و انسجام جامعه اسلامی می گردد. این گونه از ارتباطات به عنوان بستری برای تقویت وحدت و اتحاد جهان اسلام عمل می کنند و برقراری تمامی این موارد منجر به تأکید به دین اسلام و افزایش قوام فرهنگ اسلامی در جامعه افراد مسلمان می شود.

مفهوم زیارت به عنوان یک تجربه فرهنگی، مذهبی و اجتماعی، پیوند عمیقی با طراحی فضاهای شهری، به ویژه پیاده راه‌ها دارد. در اکثر جوامع دینی، زیارت نه تنها یک عمل مذهبی است، بلکه فرصتی برای تعاملات اجتماعی، فرهنگی و ارتقای هویت جمعی میان گروه‌های مختلف فرهنگی است. این تعاملات در فضاهایی مانند پیاده راه‌های زیارتی که مملو از نمادها، مکان‌ها و فعالیت‌های فرهنگی است، اهمیت دوچندان پیدا می کن، از این رو اصلی ترین مسئله این تحقیق چگونگی تقویت و ارتقاء روابط بین فرهنگی در منظر پیاده راه با محوریت زیارت است. هدف از این تحقیق شناسایی و اولویت بندی شاخصه‌های تأثیرگذار در تقویت روابط بین فرهنگی در منظر پیاده راه‌های شهرهای زیارتی است. در این راستا سوالات تحقیق به قرار زیر است:

- چه شاخصه هایی در بهبود و ارتقاء روابط بین فرهنگی، در منظر پیاده راه‌های شهری در شهرهای زیارتی تأثیرگذار هستند؟
- چگونه می توان شاخص‌های مرتبط با تقویت روابط بین فرهنگی در منظر پیاده راه‌های زیارتی را به لحاظ میزان اثرگذاری اولویت بندی نمود؟

در مطالعه حاضر، ابتدا پس از بررسی پیشینه تحقیق، به صورت خلاصه به موضوعاتی پیرامون منظر و متن بودن آن، منظر روایتگر، مکان و سرانجام، فرهنگ و ارتباطات فرهنگی پرداخته می شود، بعد از آن پس از کشف ارتباطات بین موضوعات فوق، شاخص‌های تأثیرگذار بر ارتقاء روابط بین فرهنگی شناسایی و پس از تحلیل اطلاعات و داده‌های به دست آمده از پرسشنامه، شاخص‌های مورد نظر بر اساس میزان تأثیرگذاری بر متغیر وابسته، اولویت بندی می شوند.

## ۲. پیشینه تحقیق

با توجه به توضیحاتی که درباره موضوع مورد بحث داده شد، موضوع مورد بحث زمینه‌های مختلفی از جمله منظر پیاده راه، تعامل، فرهنگ و روابط بین فرهنگی، تکنولوژی‌های تعاملی و

جدول ۱. پیشینه تحقیق، منبع: نگارنده

عنوان	نوع	نویسنده	سال انتشار	شرح
بررسی ویژگی‌های معماری تعاملی در جهت ایجاد ارتباط کاربر با محیط و فضای معماری	مقاله	علی جلوانی اصفهانی	۱۳۹۵	در این مقاله به شناخت ویژگی‌های تعامل و رابطه آن با انسان و محیط و مبنای معماری تعاملی پرداخته شده و نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد، معماری تعاملی با به کارگیری فناوری و روش‌های نوین دیجیتال در رفتار انسان با محیط پیرامونش تأثیرگذار بوده و باعث افزایش حس تعلق انسان به محیط اطرافش می‌شود. [۱۰]
رخداد تعامل در منظر و اثر گذاری مولفه‌های انسانی محیطی	مقاله	مهدی حقیقت بین و ندا فارسی آستانه و زهرا رهبرنیا	۱۴۰۱	در این مقاله به بررسی رابطه انسان با محیط و امکان افزایش تعامل به وسیله ابزارهای تکنولوژی پرداخته می‌شود [۱۱]
تأثیر پیاده راه در ارتقای کیفیت محیط شهری	مقاله	زهرا سادات علوی رفیعی و مسیح اله معصومی	۱۴۰۰	این مقاله با بررسی و شناسایی نقاط ضعف و قوت نمونه‌های اجرا شده پیاده راه‌های داخلی و خارجی، به ارائه پاسخ و بیان راهکارهایی مدون پیرامون طراحی پیاده راه مطابق با شاخص‌های کیفی محیط بیردازد به گونه ای که طراح با بکارگیری این راهکارها، اهداف بیان شده برای یک پیاده‌راه کارا را در طرح خود تحقق بخشیده و باعث افزایش کیفیت محیطی شود [۱۲]
امکان سنجی تبدیل خیابان‌های تجاری به پیاده راه در شهرهای کوچک، نمونه مطالعه: خیابان امام خمینی شهر گلپایگان	مقاله	حمیدرضا مصطفائی و حمیدرضا توسلی و علیرضا اختری و محمدرضا حقی	۱۳۹۴	در این مقاله مسأله تبدیل خیابان امام در باف مرکزی شهر گلپایگان به پیاده راه بر مبنای تحلیل یکپارچه مورد بررسی قرار گرفته است. [۱۳]
سفر زائرین خارجی به مشهد و تأثیر آن بر ارتباطات میان فرهنگی اجتماعات شیعی	مقاله	علی یوسفی	۱۳۸۹	این مقاله نشان می‌دهد که سفر زیارتی با دو ویژگی طول و تعداد سفر، تأثیر کاملاً معنادار و مثبت بر ارتباطات میان فرهنگی دارد. [۱۴]
ترویج بین فرهنگی با برنامه‌ریزی طبیعت شهری	مقاله	جانالاکس، ماجا فنل، مایکل گالاناکیس	۲۰۱۳	در این مقاله به درک نقش طبیعت شهری در یکپارچگی و پرداختن به اینکه چگونه برنامه‌ریزی طبیعت شهری می‌تواند از یکپارچگی و بین فرهنگی حمایت کند، پرداخته شده است [۱۵]
سوپرکیلن: بررسی روابط انسان و غیرانسانی در برخورد بین فرهنگی	مقاله	جاناتان دالی	۲۰۱۹	این مقاله به بررسی فضایی عمومی شهری معاصر به نام سوپرکیلن می‌پردازد که برای میانجی‌گری در رویارویی‌های بین فرهنگی به ایجاد و بهبود انسجام اجتماعی در یک محله چند قومیتی طراحی شده است. [۱۶]
سنجش تحلیلی احساسات زیباشناختی در پیاده روی اربعین	مقاله	کیوان کیانی، محمدرضا بمانیان	۱۴۰۳	در این مقاله احساسات زیبایی‌شناسی زوار در پیاده روی اربعین ارزیابی شده و به اهدافی همچون عوامل مؤثر بر احساسات زیبایی‌شناسی در اربعین، تأثیر احساسات بر رضایت افراد و ارائه پیشنهاد برای بهبود محیط و بهبود احساسات زیبایی‌شناسی زوار نیز، پاسخ داده شده است. [۱۷]
دیپلماسی فرهنگی آیین پیاده روی زیارت اربعین، ابعاد و راهبرد ها	مقاله	هادی غیائی، محمدرضا برزویی، امید نصیری	۱۳۹۹	این مقاله زیارت اربعین را از منظر دیپلماسی فرهنگی بررسی کرده، دیپلماسی فرهنگی را مخصوصاً در حوزه زیارت اربعین تعریف و مهم‌ترین راهبردهای دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین را تبیین کرده است. [۱۸]

ادامه جدول ۱. پیشینه تحقیق، منبع: نگارنده

عنوان	نوع	نویسنده	سال انتشار	شرح
پیاده روی زیارت اربعین: از اتوبیبا و ادنولوژی تا هنروتوبیبا	مقاله	جبار رحمانی	۱۴۰۱	در این مقاله تلاش شده با توجه به تجربه‌های زیسته و مشارکت در همایش‌ها و نشست‌های مختلف درباره این آیین و همچنین بررسی همه مقالات علمی فارسی به الگوهای اصلی بازنمایی این رویداد آیینی اربعین پرداخته شود، به صورت خلاصه این مقاله نظریه‌ها و گفتمان‌های مختلف انتقادی و حمایتی پیرامون آیین اربعین را بررسی کرده است. [۱۹]
همگرایی تمدنی در طریق زیارت؛ با تاکید بر پیاده روی زیارت اربعین	مقاله	سید مجید امامی، هادی غیائی	۱۳۹۶	این پژوهش سعی در بررسی مهمترین الزامات همگرایی در سطح تمدنی آن دارد، این پژوهش چهار مضمون اصلی (زیارت)، (ارتباطات میان فرهنگی)، (تمدن) و (همگرایی) را بررسی و مسئله همگرایی در طریق زیارت را می‌توان در سه سطح سازمانی، میان فرهنگی و تمدنی تحلیل کرده است. [۲۰]
اثرات اجتماعی - فرهنگی پیاده راه در حوزه بافت تاریخی شهر (مطالعه موردی: منطقه ۱۲ شهر تهران)	پایان نامه	شمیم مرتضوی و راهنمایی علی نوری کرمانی	۱۳۹۶	این پژوهش به شناسایی متغیرهای بعد اجتماعی - فرهنگی پیاده راه‌ها و تأثیرات و تفاوت‌های اجتماعی - فرهنگی آنها در منطقه ۱۲ و رابطه بین کیفیت پیاده راه‌ها و تأثیرات اجتماعی - فرهنگی پرداخته است. [۲۱]
طراحی و ساماندهی مسیرهای پیاده با تاکید بر مراسم و فعالیت‌های آیینی و مذهبی (نمونه موردی: بافت قدیم پیرامون حرم مطهر رضوی در مشهد در ایام محرم و صفر)	پایان نامه	گل آسا غلامتی و راهنمایی ناصر براتی	۱۳۹۲	در راستای هدف طراحی و ساماندهی پیاده راه مطلوب به عنوان بستری برای مراسم آیینی و مذهبی ایام محرم و صفر، بدنبال تبیین کیفیات یک پیاده راه مطلوب و نحوه تعامل مراسم مذهبی ایام محرم و صفر به عنوان عامل هویتی و فرهنگی با ساختار کالبدی پیاده راه به عنوان فضای شهری است [۲۲]
ارتقاء کیفیت فضاهای شهری با تاکید بر ایجاد پیاده راه‌ها نمونه موردی خیابان امام رضا در شهر مشهد حداثی چهارراه دانش تا میدان بیت المقدس	پایان نامه	محمدصادق حیدری زاد و راهنمای استاد ناصر بنیادی	۱۳۹۰	این پایان نامه با هدف اصلی ارتقای کیفیت فضای شهری مورد نظر از طریق تقویت حرکت پیاده و ساماندهی حرکت سواره و پیاده به منظور به حداقل رساندن تداخلات پیاده و سواره و ایجاد محیطی ایمن، سالم و مطلوب با امکانات مناسب جهت رفاه عابرین و حل معضلات و مشکلات وضع موجود از طریق ایجاد پیاده راه نیز به مسئله مشابه به موضوع مورد بحث، پرداخته است [۲۳]
طراحی مجموعه فرهنگی در شهر رشت، ارتقاء رویداد پذیرایی فضا در پیاده راه علم الهدی با رویکرد تأثیر ادراک چند حسی بر رویدادهای اختیاری و اجتماعی	پایان نامه	پریسا احمدیان و راهنمایی عباس ترکاشوند	۱۳۹۵	این پایان نامه با هدف بررسی نقش تجارب چند حسی در ترغیب افراد به شرکت در رویدادهای اختیاری و اجتماعی در شهر، تحقیقات متعددی پیرامون رویداد پذیرایی فضای شهری انجام داده است [۲۴]
باززنده سازی پیاده راه فرهنگی و تاریخی جمعه مسجد - شیخ صفی الدین در راستای توسعه گردشگری شهر اردبیل	پایان نامه	آیدین نایب پاشایی و راهنمایی یوسف جهان زمین	۱۳۹۸	به بررسی چگونه باززنده سازی محور فرهنگی - تاریخی شهر اردبیل از طریق یک پیاده راه گردشگری به منظور ارتقای بعد فرهنگی تاریخی شهر اردبیل می‌پردازد [۲۵]

### ۳. روش و مواد تحقیق

بر اساس فرایند مشخص شده و اهداف مورد نظر، پژوهش حاضر از نوع کاربردی است و روش تحقیق مورد استفاده در این مقاله، تحلیلی-توصیفی است، جمع‌آوری اطلاعات نیز به وسیله روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی انجام شده است. جهت شناسایی شاخص‌ها و عوامل مؤثر در ارتقای روابط بین فرهنگی، به وسیله روش کتابخانه‌ای، مبانی نظری (متشکل از مطالبی متنوع پیرامون موضوع) جمع‌آوری شد که در نهایت بعد از جمع‌بندی و کشف روابط میان این مطالب، شاخص‌های تأثیرگذار بر ارتقاء روابط بین فرهنگی (متغیر وابسته) استخراج شدند و به عنوان مبنای تحقیق، مورد استفاده قرار گرفتند. سپس جهت ارزیابی و اولویت‌بندی شاخص‌های ارتقای روابط بین فرهنگی و تأثیر آن‌ها بر خوانش مشترک منظر در پیاده‌راه‌های شهرهای زیارتی، از پرسشنامه برای متخصصین (نخبگان)، به صورت کتبی و با سوالات بسته از نوع سوالات طیف ۵ گانه لیکرت استفاده شد. جامعه آماری شامل ۴۷ نفر از دانشجویان دکتری و ارشد معماری، معماری منظر، مدیریت شهری و برنامه‌ریزی شهری و روانشناسی و همچنین تعدادی از کارمندان اداری با آفرینی شهرداری مشهد است. جهت تحلیل و سنجش داده‌های به دست آمده از پرسشنامه، در ابتدا جهت بررسی پایایی سوالات، از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد، سپس نرمال بودن و معنادار بودن داده‌ها با استفاده از اندازه‌گیری چولگی و کشیدگی داده‌ها، مورد بررسی قرار گرفت و پس از بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون‌های همبستگی اسپیرمن (مناسب برای داده‌های طیف لیکرت) و رگرسیون خطی در جهت تشخیص میزان ارتباط و تأثیرگذاری متغیرهای مستقل و وابسته و همچنین اولویت‌بندی کردن آنها استفاده شده است.

### ۴. مبانی نظری

#### ۴-۱. منظر و چیستی آن

همواره نحوه ارتباط انسان و محیط، دغدغه متخصصین منظر بوده و هر یک به نوعی و با رویکردی متفاوت به آن توجه کرده‌اند از این روست که منظر در حوزه‌های مختلف یکسان تعریف نشده و تفاوت‌های بنیادی در تعاریف دیده می‌شود. [۲۶]

منظر تنها عنصری عینی که متشکل از اجزای طبیعی باشد شناخته نمی‌شود بلکه عنصری ذهنی و فرهنگی نیز خواهد بود که شکل‌گیری آن در اذهان مردم با، تاریخ اعتقادات دینی و اسطوره‌ای، اقلیم سنت زیست و امثال آنها بوده است [۲۷]، سید حسن تقوایی به مفهوم لنداسکیپ اشاره دارد و آن را رابطه‌ای میان الگوهای طبیعی و فرهنگی فرایندهای تشکیل دهنده آن و درک انسان از زیبایی این مجموعه تبیین می‌کند [۲۸]

از نظر دانکن، منظر یکی از عناصر مرکزی در یک سیستم

زیارت و... را شامل می‌شود، تحقیقات، مقالات و پایان‌نامه‌های مختلف و متعددی در ارتباط با پیاده‌راه‌های فرهنگی، موضوع تعاملات انسانی و... وجود دارد، از این رو در ادامه به برخی از مقالات، تحقیقات و پایان‌نامه‌هایی که مرتبط با فرهنگ، پیاده‌راه، پیاده‌راه فرهنگی و زیارتی و تعاملات است، اشاره می‌شود. در عرصه تحقیقاتی، خلا اصلی در عدم بررسی پیوسته و یکپارچه تأثیر طراحی فضاهای عمومی زیارتی مانند پیاده‌راه‌های زیارتی بر روابط میان فرهنگی مشهود است. برای مثال، تحقیقات بسیار کمی به تحلیل چگونگی ایجاد فضای مناسب برای تعامل میان زائران با قومیت‌ها و فرهنگ‌های مختلف در حین زیارت پرداخته‌اند. پژوهش‌های پیشین یا به زیارت و مفاهیم مربوطه و تأثیرات آن‌ها بر فرهنگ و همگرایی افراد بر به‌طور مستقل پرداخته‌اند یا بر طراحی معماری و فضاهای عمومی مانند پیاده‌راه‌های فرهنگی و اجتماعی تأکید داشته‌اند. به همین دلیل، این تحقیق به‌ویژه برای فضاهای زیارتی با جمعیت‌های متنوع قومی و فرهنگی ضرورت دارد، چرا که به طراحان و مدیران شهری کمک می‌کند تا پیاده‌راه‌های زیارتی را به گونه‌ای طراحی کنند که نه تنها ویژگی‌های مذهبی را ارتقاء دهند، بلکه روابط اجتماعی و فرهنگی میان زائران از فرهنگ‌های مختلف را تقویت کنند.

پژوهش حاضر با تمرکز بر شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های مؤثر در تقویت روابط بین فرهنگی در پیاده‌راه‌های شهرهای زیارتی، به دنبال پر کردن خلا پژوهشی موجود است. این مقاله با دارای جنبه‌های نوآورانه متفاوتی همچون، (توسعه مدل بومی برای بهبود تعاملات فرهنگی در شهرهای زیارتی ایران، با بهره‌گیری از یافته‌های علمی و تجربیات بین‌المللی. به‌کارگیری روش‌های آماری در محیط نرم‌افزار SPSS جهت تعیین میزان تأثیر هر شاخص ارتقای روابط بین فرهنگی بر خوانش مشترک منظر توسط افراد. تمرکز بر تجربه زائران و بهبود حس مکان و حس حضور در مسیرهای پیاده‌روی زیارتی با تأکید بر ایجاد فضاهای تعاملی و اجتماعی مؤثر، تلفیق رویکردهای نشانه‌شناسی و روایت‌پردازی با منظر و فرهنگ در طراحی پیاده‌راه‌های زیارتی با هدف ایجاد محیط‌هایی با معنا و هویت مشترک برای زائران با فرهنگ‌های مختلف جهت کمک به خوانش مشترک منظر توسط زائرین مختلف و همچنین ارائه راهکارهای عملیاتی و طراحی محور جدید برای مدیران شهری و طراحان منظر که قابلیت اجرایی بالایی در شهرهای زیارتی دارند مانند پیشنهاد روش‌های استفاده از تکنولوژی‌های نوین مانند واقعیت افزوده (AR) و واقعیت مجازی (VR) در راستای تقویت تجربه زائران و روایت‌پردازی در پیاده‌راه‌های زیارتی) است که آن را از سایر تحقیقات متمایز می‌سازد.

تفسیر کنند. [۳۶] متن منظر که خوانش می‌شود و بر اساس چارچوب‌های مختلفی از جمله چارچوب‌های فرهنگی ریشه دار تفسیر می‌شود، اگر در سطح عملی و یا غیرگفتمانی با بی توجهی خوانده شود، ممکن است مجموعه‌ای از مفاهیم اشتباه را به خوانندگان القا کند و خوانندگان آنها ممکن است تا حد زیادی از این موضوع بی اطلاع باشند. [۳۷]

با توجه به مطالب بیان شده پیرامون تعاریف منظر و متنتیت آن، مطابق نمودار ۱، منظر پدیده‌ای عینی ذهنی است که به مثابه یک متن از کنار هم نشستن لایه‌های مختلف کالبدی، روانشناسی، جغرافیایی، فرهنگی، طبیعی و تاریخی و... و ارتباط آنها طی یک فرایند رفت و برگشتی، طی گذشت زمان در ادوار مختلف تشکیل می‌شود و هر کدام از این لایه‌ها از نشانه‌ها و روابط بین آنها تشکیل می‌شود. خوانش متن منظر و لایه‌ها و نشانه‌های تشکیل دهنده آن توسط مخاطب‌های مختلف وابسته به عوامل متفاوتی است که یکی از آنها دانش فرهنگی و چارچوب‌های فرهنگی ریشه دار است. این مهم در منظر پیاده راه‌های زیارتی حایز اهمیت ویژه می‌باشد. تفاوت فرهنگی افراد و رفتارهای متفاوت ایشان در موضوع زیارت در منظر پیاده راه‌های زیارتی می‌تواند تفاسیر متفاوتی از فهم روایت منظر میان مخاطبین ایجاد نماید. از این حیث تقویت روابط بین فرهنگی در پیاده راه‌های زیارتی حایز اهمیت ویژه می‌باشد و می‌تواند در خوانش و فهم روایت منظر بسیار مؤثر باشد.

منظر پدیده‌ای عینی ذهنی است که با استفاده از لایه‌ها و نشانه‌ها، دارای معنایی است که داستانی را روایت می‌کند، این داستان، قصه چگونگی تعامل انسان با محیط پیرامون خودش است از این رو در ادامه موضوع روایت در منظر بررسی می‌گردد. (نمودار ۱).

#### ۴-۲. روایت و منظر روایتگر

در معماری منظر روش‌های مختلفی جهت الهام برای طراحی وجود دارد از جمله روش منطقی، روش احساسی، روش فرم‌گرا، روش آماری، زمینه و بستر گرایی، الهام از طبیعت و... که یکی از روش‌های مهم در الهام برای طراحی در معماری منظر، روش روایتی است که در آن طراح، مجموعه‌ای از داستان‌ها را روایت می‌کند. [۳۸]

در تعریف روایت میتوان گفت مجموعه‌ای از حوادث است که دارای نظم خاصی هستند و همچنین دارای دیباچه و میانه و پایان بندی مشخصی است. روایت، دامنه گسترده‌ای را در بر می‌گیرد و میتواند کلامی یا غیر کلامی واقعی یا ساختگی گذرا یا ماندگار باشد و از طریق رسانه‌های گوناگون بیان شود. [۳۹]

طراحی روایتی بر مبنای نقل یک داستان تاریخی یا افسانه‌ای به کمک طراحی منظر شکل می‌گیرد. در این طراحی فضاها در پی یکدیگر مراحل داستان را روایت میکنند پیوند دادن شیوه‌های ساخت مناظر به شیوه‌های روایی، مستلزم مفهوم گسترده‌ای از

فرهنگی است که در مجموعه منظمی که یک متن را تشکیل می‌دهد، به عنوان یک سیستم معنی دار عمل می‌کند، این سیستم از طریق یک فرآیند اجتماعی با افراد ارتباط برقرار می‌کند بازتولید می‌شود، تجربه می‌شود و مورد بررسی و تحلیل و خوانش قرار می‌گیرد. [۲۹]

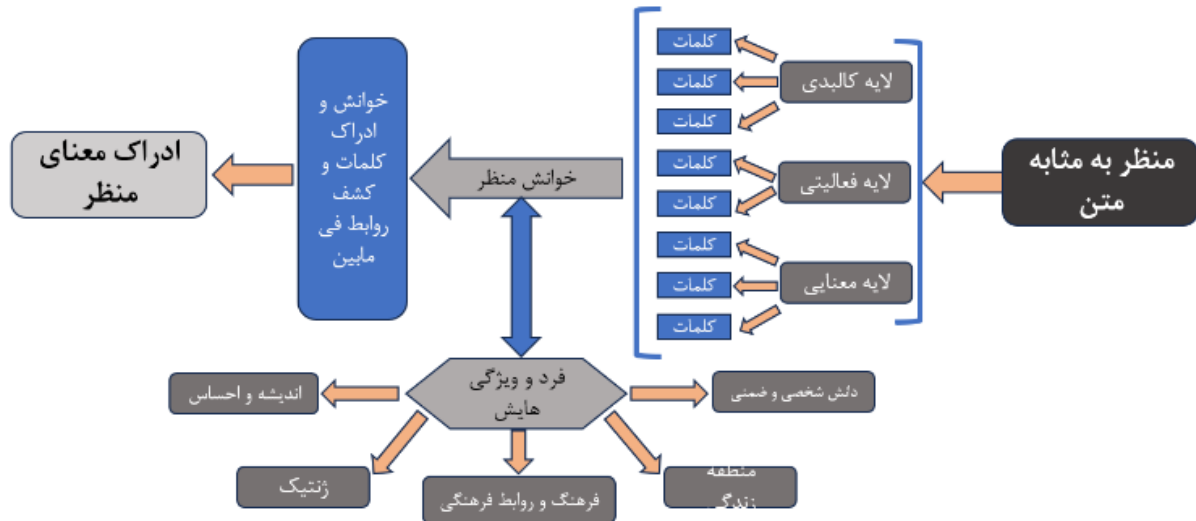
هر متنی که یک پیام مستقل از فرستنده و گیرنده حمل کند، شامل مجموعه‌ای از علائم است. چنین نشانه‌هایی توسط نویسنده (طراح) رمزگذاری می‌شود و سپس مخاطب با اشاره به قراردادهای و از طریق روابط رسانه‌ای آنها را رمزگشایی می‌کند. « هر متن (مانند معماری و فضای شهری) محصول فرایندی است که توسط تعامل ایده‌ها، ارزش‌ها، زمینه‌ها و دانش زیست محیطی نویسنده شکل گرفته است به طوری که مخاطبی که در حال خواندن است تلاش می‌کند تا پیام متنی را درک کند، متن را طبق آموزه‌های ذهنی او پردازش کند و بخواند. [۳۰]

متن مفهومی چند لایه است که در آن یک مخاطب معانی را به دست می‌آورد و معانی متنی را با توجه به زمان خواندن، وضعیت اجتماعی، حالت ذهنی، کیفیت اندازه‌گیری و دسترسی به نشانه‌های درونی به معانی دست می‌آورد. رولاند بارتس معتقد است که یک متن محصول نیروهای خاص اجتماعی، فرهنگی، و تاریخی است. [۳۱].

هر متن اجتماعی (مثلاً معماری و شهرسازی و منظر) مجموعه‌ای از کدها را حمل می‌کند که از طریق معنا و روابط بین متنی به مخاطب منتقل می‌شوند. بنابراین مخاطب همچنین تلاش می‌کند تا بر اساس شبکه‌ای که متن و لایه‌ها را تشکیل می‌دهد، روابط بین متنی، قراردادهای اجتماعی فرهنگی، برداشت ذهنی و دیدگاه‌های شخصی، درک، رمزگشایی و معنا را برای متن بدست آورد. [۳۲]

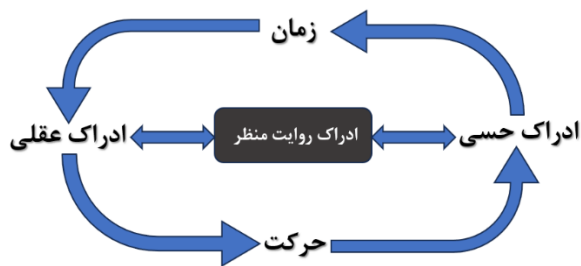
به طور سنتی، متن‌ها به عنوان سیستم‌هایی تغییرناپذیر و منسجم در نظر گرفته می‌شد [۳۳]. اما در نظریه‌های معاصر معنای متن گرایی از مفهوم سنتی به عنوان محصولی بسته با مرزهای ثابت به مفهومی پویا و قابل تغییر تبدیل شده است. در این دیدگاه متن به عنوان «شکل و محتوای واقعی است که از طریق نشانه‌شناختی قابل درک است، و می‌تواند در طی دوره‌ای مرزهای خود را بازتعریف می‌کند و دیدگاه‌های جدیدی از تحلیل را مطرح کند» [۳۴]. در نتیجه، متن «نه تنها پیام‌های آماده را منتقل می‌کند، بلکه به عنوان مولد پیام‌های جدید نیز عمل می‌کند» [۳۵].

تفاسیر منظر به لحاظ تفاوت در خوانش و ادراک منظر به مثابه متن می‌تواند بین نویسندگان و خوانندگان و همچنین بین خوانندگان مختلف و جوامع خواننده بسیار متفاوت باشد، خوانندگان ممکن است متون منظره را به روش‌های مختلف، با توجه به عادات تفسیری، دانش فرهنگی و تجربه‌های شخصی خود و...



نمودار ۱. رابطه متنیت منظر با خوانش آن توسط مخاطبان، منبع: نگارنده

متفاوت باشند. [۴۳] که این مهم در منظر پیاده راه‌های زیارتی بسیار اهمیت دارد. اصطلاح «روایت منظر» بیانگر تعامل و رابطه متقابل بین داستان و مکان است. مکان‌ها بیش از یک پس‌زمینه، به مکان‌های پرحادثه‌ای در حال تغییر تبدیل می‌شوند که داستان‌هایی را ایجاد می‌کنند. و ما مکان‌ها را می‌شناسیم زیرا داستان‌های آنها را می‌دانیم. (نمودار ۲) [۴۳]



نمودار ۲. فرآیند ادراک روایت منظر، منبع: نگارنده

### ۴-۳. مکان

به طور کلی تعاریف مکان را می‌توان به دو دسته کلی (جغرافیایی) و (ظرفی برای انتقال معنا) تقسیم کرد. دسته اول بیشتر به ابعاد کالبدی و فیزیکی مکان توجه دارد این در حالی است که دسته دوم بیشتر معانی و مفاهیمی که درون مکان است را مورد توجه قرار داده و بر این اعتقاد هستند که به واسطه وجود این معانی مکان از یک موقعیت جغرافیایی صرف متمایز می‌شود. در این رویکرد مکان به فضایی اطلاق می‌شود که در آن انسان با محیط پیرامونش دارای تعامل است. [۴۴] پیاده راه‌های زیارتی در دسته دوم قرار می‌گیرند.

مکان مظهر و راکدی برای ویژگی‌های زیستی- فیزیکی نیست، بلکه پدیده‌ای حاصل از مجموعه‌ای از مکانیزم‌های

متن، نقش خوانندگان در تولید معنا، و همچنین شناخت منظر به‌عنوان یک روایت فضایی است که توسط فرآیندهای جاری و چندین نویسنده شکل گرفته است.

منظر روایی، منظر است که تمام عناصر و فضا سازی‌های آن درصدد بیان موضوعی خاص باشند. در این نوع از منظر یکسری مفاهیم مانند شکوه و عظمت را می‌توان در یک تصویر دید ولی مفاهیمی همچون ایثار و مظلومیت وجه ذهنی از یک مفهوم هستند و باید در توالی یک مجموعه درک و به‌عنوان یک رویداد خوانش شوند. [۴۰] بر این اساس دو عامل «زمان» و «حرکت» در درک این مفاهیم و ایجاد مناظر وابسته به آنها از ابزارهای مهم محسوب می‌شوند در این نوع از منظر با توجه به ویژگی اصلی منظر که مخاطب محوری یک اصل به شمار می‌رود باید از حواس بهره برد و ادراک مخاطب را تسهیل بخشید. از آنجا که منظر وابسته به ذهن انسان است، لذا فهم آن وابسته به تفسیر نمادها و نشانه‌هایی است که بتواند خاطره ذهن انسان را فعال کند. [۴۱]. از این رو فهم موضوع منظر مورد طراحی به‌عنوان یک کل، وابسته به دو نوع ادراک حسی و عقلی است؛ ادراکاتی که ابتدا بر فهم بی‌واسطه و سپس درک نمادها استوار است. نمادهایی که در مرحله ثانوی ادراک منظر مورد توجه مخاطب قرار می‌گیرد و برای فهمیدن شدن محتاج دخالت عقل و تفسیر نمادها بر اساس سوابق ذهن و خاطره‌های اوست [۴۲]

روایت فضایی بیشتر نمایشی به دنبال واگذاری کنترل به خواننده و بیننده که آنها با کنار هم گذاشتن دنباله‌ها، شکاف‌ها را پر کنند و معنای مکان و منظر را رمزگشایی و خوانش کنند و از آنجایی که بیشتر مناظر با شیوه‌های محیطی و فرهنگی شکل می‌گیرند، ممکن است نویسنده واحدی نداشته باشند بلکه از گروه‌های متفاوت با خصوصیات فردی، فرهنگی و اجتماعی

مفهوم فرهنگ از دید انسان‌شناسی فرهنگی بیانگر مجموعه بینش‌ها ارزش‌ها الگوها، نمادها، ایدئولوژی‌ها و معلوماتی است که انسان از رهگذر زندگی جمعی و در پرتو تجربیات زیستی خویش بدان دست یافته و از نسلی به نسل دیگر منتقل ساخته است. [۵۱] فرهنگ شامل ایدئولوژی‌های عملی است که جامعه گروه یا طبقه ای را قادر می‌سازد تا شرایط هستی خود را تجربه تعریف و تفسیر و معنای آن را درک کنند. [۵۲] و [۵۳] از دید یونسکو فرهنگ کلیتی است ترکیب یافته از خصوصیات متفاوت روحی، مادی فکری و احساسی که شاخصه‌ی یک جامعه با یک گروه است. [۵۴] روابط میان فرهنگی از موضوعات مهم در حوزه فرهنگی می‌باشد که در حوزه زیارت و ادراک منظر پیاده راه‌های زیارتی مورد توجه می‌باشد.

نویسندگانی که در عرصه مطالعات میان فرهنگی پژوهش میکنند معتقدند فرهنگ در اینکه مردم چگونه واقعیت را مشاهده و با آن ارتباط برقرار کنند، نقش مهمی دارد.

مفاهیم مورد نظر در این حوزه، به دو دسته تقسیم می‌شود: [۵۵]

۱. مفاهیم اصلی، که بیشترین کاربرد را در این حوزه دارد. مباحث عمده این حوزه در باره این مفاهیم و ویژگی‌های آن است، که عبارتند از: دیپلماسی فرهنگی، ارتباطات فرهنگی، ارتباطات میان فرهنگی و ارتباطات بین فرهنگی.

۲. مفاهیم فرعی، که برخی به انواع خاصی از مفاهیم اصلی توجه دارد، و برخی نتیجه فراگرد ارتباطات میان فرهنگی (به مفهوم عام) تلقی می‌شود، همانند: ارتباطات درون فرهنگی، تماس فرهنگی و برخورد فرهنگی. باتوجه به اهمیت ارتباطات میان فرهنگی در حوزه زیارت و منظر پیاده راه‌های زیارتی، در این مقاله بر این مهم بیشتر تأکید می‌گردد.

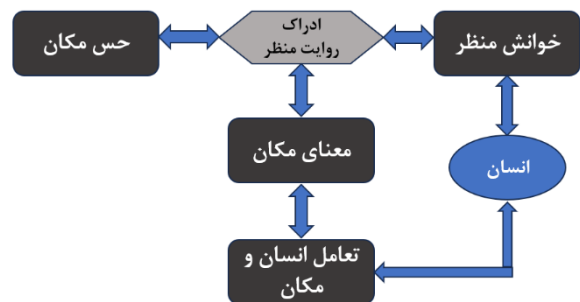
#### ۴-۵. ارتباط میان فرهنگی

ارتباط میان فرهنگی، ارتباط افراد به نمایندگی از حوزه‌های فرهنگی نسبتاً مستقل یا افراد دارای باور داشته‌های جمعی، ادراکات فرهنگی، ویژگی‌های قومی و نظام‌های نمادی متمایز با یکدیگر است. [۵۵] ارتباطات میان فرهنگی زمان روی می‌دهد که تولید کننده پیام عضو یک فرهنگ و دریافت کننده آن عضوی از یک فرهنگ دیگر باشد. [۵۲] هنگامی که شرکت کنندگان در ارتباطات دارای زمینه‌های تجربی گوناگون ناشی از دانش و ارزش‌های گروهی بلندمدت باشد ارتباطات میان فرهنگی رخ می‌دهد. [۵۶]

ارتباطات میان فرهنگی از سوی افرادی رخ می‌دهد که اولاً دارای باورها و ارزشهای خاص خود هستند. ثانیاً، درون فرهنگهای معین رشد کرده و تربیت یافته اند؛ نه میتوان باورها را از آنها منسلخ کرد و نه میتوان آنها را از فرهنگشان جدا ساخت، بنابراین دین و مذهب نیز می‌تواند بخش تفکیک ناپذیری از افراد باشند

فرهنگی و اجتماعی است که ارزشها و معانی ویژه ای را به آن نسبت میدهند [۴۵] مکان سرشار از معانی نمادین و دلبستگی‌های عاطفی و احساساتی است که افراد در مورد یک موضع خاص در ذهن دارند [۴۶].

ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه آنها از محیط که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار میدهد؛ به طوری که فهم و احساسات فرد با زمینه معنایی محیط پیوند می‌خورد و یکپارچه میشود را حس مکان می‌گویند، در واقع این حس عاملی است که موجب تبدیل فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه ای برای افراد خاص می‌گردد. [۴۷] حس کلی که پس از ادراک و قضاوت نسبت به محیط خاص در فرد به وجود می‌آید، حس مکان نامیده می‌شود که عامل مهمی در هماهنگی فرد، محیط و رضایت استفاده کنندگان و در نهایت احساس تعلق آنها با محیط دارای هویت و تداوم حضور در آن می‌شود. [۴۸] طراح با تکیه بر «معانی به مکان مند کردن فضا می‌پردازد و با تکیه بر مؤلفه‌های مختلف، اقلیمی فرهنگی و اجتماعی تلاش میکند هویت مکان را تقویت کند و بدین ترتیب ارتباط مخاطب با مکان و پیامد آن یعنی حس مکان را افزایش دهد. حس مکان از یک سو ریشه در تجربیات ذهنی همچون خاطره، سنت، تاریخ، فرهنگ اجتماع و... داشته و از سوی دیگر متأثر از زمینه‌های عینی و کالبدی محیط ساخته شده است. [۴۹] باتوجه به مطالب فوق چنین به نظر می‌رسد فرهنگ زائرین در موضوع زیارت تأثیر بسزایی در شناخت، ادراک و تفسیر روایت منظر پیاده راه‌های زیارتی و پیامد آن ارتباط با مکان و ادراک حس مکان دارد. از اینرو در ادامه به تفصیل به موضوع فرهنگ پرداخته می‌شود. (نمودار ۳)



نمودار ۳. روابط مکان و معنای آن با ادراک و خوانش منظر، منبع: نگارنده

#### ۴-۴. فرهنگ

فرهنگ بزرگترین نیاز جامعه بشری و عامل اصلی، پویایی، نشاط و تداوم حیات جوامع است و همچنین بستر بازتعریف، بازیابی و تکامل همه توانایی‌ها، ارزش‌ها، هویت‌ها، باورها، هنجارها، سنت‌ها، اسطوره‌ها و نمادهای بشری است [۵۰]

بین فرهنگی به عنوان متغیر مستقل استخراج و ارتباط و میزان تأثیرگذاری این شاخص‌ها بر خوانش مشترک منظر به عنوان مبنای تحقیق، مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. (جدول ۲)

## ۲-۵. تحلیل و بررسی پرسشنامه

### ۱-۲-۵. جامعه آماری

از کل نمونه مورد بررسی ۵۵/۸ درصد (۲۴ نفر) خانم و ۴۴/۲ درصد (۱۹ نفر) آقا هستند. تحصیلات پاسخ دهندگان، ۷ درصد (۳ نفر) دکتری، ۵۳/۵ درصد (۲۳ نفر) فوق لیسانس، ۳۴/۹ درصد (۱۵ نفر) لیسانس و ۴/۶ درصد معادل (۲ نفر) هم فوق دیپلم و دیپلم است. رشته تحصیلی پاسخ دهندگان ۴۴/۲ درصد معادل ۱۹ نفر معماری و معماری منظر، ۱۶/۳ درصد معادل ۷ نفر رشته‌های مربوط به علوم انسانی (روانشناسی و جامعه‌شناسی)، ۱۱/۶ درصد معادل ۵ نفر رشته‌های مهندسی، ۱۱/۶ درصد معادل ۵ نفر رشته‌های علوم هنری، ۹/۳ درصد معادل ۴ نفر رشته‌های علوم تجربی و پزشکی و ۷ درصد معادل ۳ نفر مهندسی شهرسازی است. از نظر بازه سنی پاسخ دهندگان می‌توان گفت ۷۶/۷ درصد معادل ۳۳ نفر در بازه ۲۰-۳۰ سال، ۱۱/۶ درصد معادل ۵ نفر در بازه ۳۰-۴۰ سال، ۷ درصد معادل ۳ نفر در بازه ۴۰-۵۰ سال و ۴/۷ درصد معادل ۲ نفر دارای سن ۵۰ به بالا هستند.

### ۲-۲-۵. پایایی سوالات پرسشنامه

با استفاده از محاسبه ضریب آلفای کرونباخ میزان پایایی سوالات پرسشنامه مورد بررسی قرار می‌گیرد. باتوجه به جدول (۱) مشاهده می‌شود که مقدار ضریب معادل ۰/۷۲۷ است که نشان دهنده قابل قبول بودن پایایی پرسشنامه است. (جدول ۱)

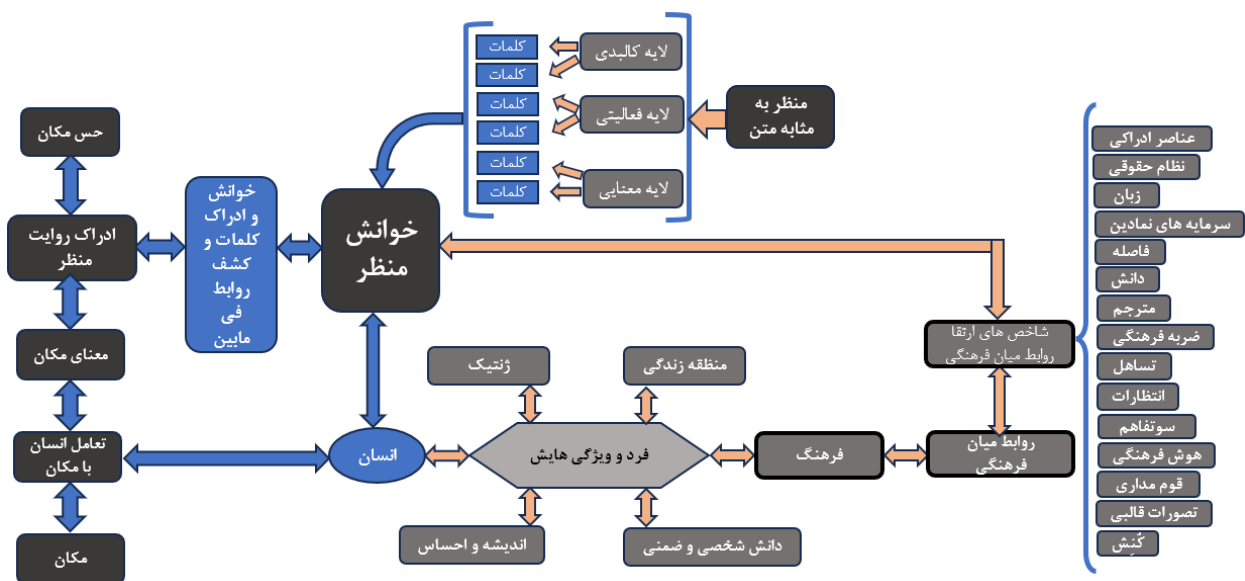
که عمده تمایزات ناشی از باورهای مختلف آنها است. در این مورد، چیزی که میان را تحقق میبخشد و تعریف می‌کند، در واقع تعلقات مذهبی است. [۵۷]

مطالعات و تجربیات چنین نشان میدهد که رعایت برخی شرایط و رفع برخی موانع در اصل برقراری یک ارتباط میان فرهنگی و چگونگی آن مؤثر خواهد بود. برخی از این شرایط و موانع عبارتند از: داشتن اطلاعات و دانش فرهنگی، انگیزه قوی برای ارتباط، تلاش در جهت کاهش تدریجی فاصله‌ها، رعایت توقعات مشترک، مدیریت تعاملی حساسیت و واکنش مناسب، مدت و شدت تماس میان افراد، تفاوت در سرمایه‌های نمادین، تفاوت‌های زبانی، قوم مداری و خود محوری، سو تفاهات و باورهای قالبی ناهمسو، استفاده از تکنولوژی، ناهمخوانی نظام‌های حقوقی، انعطاف پذیری و ظرفیت فرهنگی و... [۵۸] (نمودار ۴)

## ۵. یافته‌های پژوهش

### ۱-۵. شاخص‌های کشف شده

پس از جمع‌آوری مبنای نظری متشکل از مطالبی پیرامون منظر و نظریه متن بودن آن، رویکرد نشانه‌شناسی لایه ای، روایت، مکان و فرهنگ و روابط بین فرهنگی و جمع بندی و کشف روابط میان این مطالب مشخص شد که فرهنگ یکی از عوامل بسیار مهم در خوانش و درک مشترک مفاهیم و روایات منظر است و میزان روابط مثبت و مؤثر فرهنگی با خوانش مشترک مفاهیم و روایات منظر رابطه مستقیم و دو طرفه دارند، از این رو از بخش مفاهیم فرهنگی مبنای نظری تعداد ۹ عدد شاخص تأثیرگذار بر ارتقاء روابط



نمودار ۴. روابط بین منظر، روایت، مکان و روابط بین فرهنگی، منبع: نگارنده

**جدول ۲. شاخص‌های برگزیده ارتقاء روابط میان فرهنگی، منبع: نگارنده**

افزایش دانش	کاهش فاصله و شکاف فرهنگی	تقویت زبان و توانش زبانی	برقراری نظام حقوقی	افزایش احترام
افزایش مدت و شدت تماس	افزایش انگیزه	به کارگیری تکنولوژی	کاهش و رفع سوتفاهمات	

**جدول ۳. اندازه گیری ضریب الفای - کرونباخ برای بررسی آمار پایایی، منبع: نگارنده**

ضریب الفای کرونباخ	الفای کرونباخ براساس موارد استاندارد شده
.۷۱۸	.۷۲۷

است، بنابر این داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار هستند.

**۵-۲-۴. همبستگی میان متغیرهای وابسته**

در این قسمت از تحقیق، به بررسی نوع و شدت رابطه میان متغیرهای مستقل پرداخته می‌شود، در شرایطی که مقیاس‌های اندازه گیری متغیرها در سطح ترتیبی مانند طیف لیکرت باشد، می‌توان از روش‌های ضریب همبستگی اسپیرمن و کندال استفاده کرد که برای این تحقیق از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده می‌شود. با توجه به جدول ۴ به جز شاخص‌های (افزایش تماس و افزایش احترام) و (برقراری نظام حقوقی و افزایش تماس)، ارتباط بین باقی شاخص‌های مستقل به صورت مستقیم است. بیشترین ارتباط بین شاخص‌های (کاهش فاصله و افزایش دانش)، (به کارگیری تکنولوژی و افزایش دانش) و کمترین ارتباط بین شاخص‌های (افزایش تماس و ایجاد انگیزه)، (رفع سوتفاهمات و ایجاد انگیزه)، (زبان و افزایش احترام) است. (جدول ۵)

**۵-۲-۵. بررسی تأثیر متغیرهای مستقل ارتقاء روابط بین فرهنگی بر خوانش مشترک منظر**

در این بخش از تحقیق، به بررسی میزان تأثیر متغیرهای مستقل ارتقاء روابط بین فرهنگی بر خوانش مشترک منظر (متغیر وابسته) پرداخته می‌شود، برای این منظور از آزمون رگرسیون خطی می‌توان استفاده کرد. پس از انجام آزمون رگرسیون خطی در spss به بررسی آماره R square همچنین آماره ضریب استاندارد بتا پرداخته می‌شود سپس با مرتب کردن این اعداد از زیاد به کم، اولویت‌بندی اهمیت تأثیر متغیرهای مستقل بر میزان خوانش مشترک منظر به دست می‌آید.

**۵-۲-۳. نرمال بودن توزیع داده‌ها**

از آنجایی که سوالات مربوط به میزان ارتباط و تأثیرگذاری مولفه‌های مؤثر بر ارتقای روابط بین فرهنگی بر خوانش مشترک منظر از نوع طیفی لیکرت است و فراوانی توزیع داده‌ها بیشتر از عدد ۳۰ است، بر اساس کتاب آمار کاربردی مدیریت نوشته کمر (۲۰۱۵) و لوین (۲۰۱۱) بهترین روش برای داده‌های طیف لیکرت پرسشنامه بررسی چولگی و کشیدگی داده‌ها است. همانطور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، نسبت چولگی به خطای استاندارد و کشیدگی به خطای استاندارد برای همه متغیرها در بازه (۲- و ۲) است.

**جدول ۴. جدول آمار توصیفی مقادیر چولگی و کشیدگی داده‌ها، منبع: نگارنده**

تعداد	چولگی		کشیدگی		نسبت چولگی به خطای استاندارد	نسبت کشیدگی به خطای استاندارد
	استاندارد	خطای استاندارد	استاندارد	خطای استاندارد		
Q۱	۴۳	-۰.۵۸	۰.۳۶۱	-۰.۹۳۴	۰.۷۰۹	-۱.۳۱
Q۲	۴۳	-۰.۳۶۲	۰.۳۶۱	-۰.۱۴۳	۰.۷۰۹	-۰.۲
Q۳	۴۳	-۰.۲۰۲	۰.۳۶۱	-۰.۱۳۹	۰.۷۰۹	-۰.۱۹
Q۴	۴۳	-۰.۳۳۳	۰.۳۶۱	-۰.۰۶۷	۰.۷۰۹	-۰.۰۹
Q۵	۴۳	-۰.۳۸۴	۰.۳۶۱	-۰.۷۳۶	۰.۷۰۹	۰.۰۰
Q۶	۴۳	-۰.۶۳۵	۰.۳۶۱	۰.۹۸۴	۰.۷۰۹	۱.۳۹
Q۷	۴۳	-۰.۲۷۷	۰.۳۶۱	-۰.۴۸۳	۰.۷۰۹	-۰.۶۸
Q۸	۴۳	-۰.۱۸۸	۰.۳۶۱	-۰.۵۰۸	۰.۷۰۹	-۰.۷۱
Q۹	۴۳	-۰.۶۳۲	۰.۳۶۱	۰.۰۴۴	۰.۷۰۹	۰.۰۶
Q۱۰	۴۳	-۰.۵۹۸	۰.۳۶۱	۰.۲۷۳	۰.۷۰۹	۰.۳۸

جدول ۵. ضرایب همبستگی اسپیرمن میان متغیرهای مستقل، منبع: نگارنده

	تکنولوژی	انگیزه	سوتفاهمات	نظام	تماس	زبان	احترام	فاصله	دانش
	.۴۵۱ <sup>**</sup>	.۴۳۱ <sup>**</sup>	.۱۰۱	.۲۷۰	.۰۳۲	.۳۳۳ <sup>*</sup>	.۳۶۰ <sup>*</sup>	.۵۰۹ <sup>**</sup>	۱/۰۰۰
	.۳۷۶ <sup>*</sup>	.۲۵۴	.۱۵۷	.۲۷۳	.۰۵۲	.۲۲۴	.۳۵۳ <sup>*</sup>	۱/۰۰۰	فاصله
	.۳۶۶ <sup>*</sup>	.۲۲۳	.۲۱۰	.۱۵۶	-.۲۴۸	.۰۱۶	۱/۰۰۰		احترام
	.۱۳۷	.۳۰۳ <sup>*</sup>	.۲۲۵	.۰۳۱	.۰۵۸	۱/۰۰۰			زبان
spearman's rho	.۰۳۳	.۰۰۲	.۲۱۸	-.۱۲۳	۱/۰۰۰				تماس
	.۰۴۵	.۱۵۳	.۲۲۱	۱/۰۰۰					نظام
	.۰۲۴	.۰۰۸	۱/۰۰۰						سوتفاهمات
	.۴۲۰ <sup>**</sup>	۱/۰۰۰							انگیزه
	۱/۰۰۰								تکنولوژی

جدول ۶. خلاصه مدل آزمون رگرسیون منبع: نگارنده

خلاصه مدل				
مدل شاخص	R	R Square	تنظیم شده R Square	خطای استاندارد
دانش	.۷۰۷ <sup>a</sup>	.۴۹۹	.۴۸۷	.۳۰۹۹۰
فاصله	.۶۵۵	.۴۴۳	.۴۲۹	.۳۲۶۸۶
احترام	.۵۳۴	.۲۸۵	.۲۶۸	.۳۷۰۲۹
زبان	.۴۳۹	.۱۹۳	.۱۷۳	.۳۹۳۳۷
تماس	.۱۵۹	.۰۲۵	.۰۰۲	.۴۳۲۳۱
نظام	.۴۵۸	.۲۱۰	.۱۹۱	.۳۸۹۱۸
سوتفاهمات	.۴۵۰	.۲۰۳	.۱۸۳	.۳۹۰۹۶
انگیزه	.۶۴۶	.۴۱۷	.۴۰۳	.۳۳۴۲۳
تکنولوژی	.۵۶۰	.۳۱۳	.۲۹۷	.۳۶۲۸۷

به دست آمده از تحلیل و تفسیر داده‌های پرسشنامه، به ترتیب بررسی و اولویت‌بندی می‌شوند.

شاخص ارتقاء (افزایش دانش) زوار از قومیت‌ها و فرهنگ‌های مختلف با (ضرایب (مربع R) ۰/۴۹۹ و (بتا) ۰/۷۰۷) بر اساس نظر افراد مختلف در اولویت اول قرار گرفته است، ضریب R برابر با ۰/۴۹۹ نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین افزایش دانش فرهنگی و بهبود روابط بین فرهنگی وجود دارد. این مقدار به این معنا است که تقریباً ۵۰٪ از تغییرات در تعاملات فرهنگی ناشی از افزایش آگاهی و دانش فرهنگی است. این رابطه نسبتاً قوی است و نشان می‌دهد که آگاهی از فرهنگ‌های مختلف یکی از ارکان اصلی در ارتقای روابط میان فرهنگی و کاهش تنش‌ها است. بتا برابر با ۰/۷۰۷ نیز بیانگر تأثیر قوی این شاخص است؛ به طوری که هر واحد افزایش در دانش منجر به ۷۰٪ بهبود در تعاملات فرهنگی خواهد شد. شاخص «افزایش دانش» یکی از

مطابق با جدول ۵ و جدول ۶، با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون رگرسیون، شاخص افزایش دانش با (ضرایب (مربع R) ۰/۴۹۹ و (بتا) ۰/۷۰۷) بیشترین تأثیر و شاخص افزایش تماس با (ضرایب (مربع R) ۰/۰۲۵ و (بتا) ۰/۱۵۹) و شاخص زبان با (ضرایب (مربع R) ۰/۱۹۳ و (بتا) ۰/۴۳۹) کمترین تأثیر را بر متغیر وابسته خوانش و درک مشترک منظر دارا هستند.

## ۶. بحث

از بین ۱۶ شاخص ارتقاء روابط بین فرهنگی به دست آمده از قسمت مطالعات نظری، تعداد ۹ عدد از آنها که شامل: (دانش، فاصله و شکاف، احترام و امتنا از قضاوت، زبان مشترک، مدت و شدت تماس، نظام هنجاری و اخلاقی ویژه، سو تفاهم و برداشت‌های نابجا (تصورات قالبی)، انگیزه و نیت، تکنولوژی) مورد ارزیابی و پرسش قرار گرفت که در ادامه با توجه به آماره‌های

جدول ۷. ضرایب بتا و t آزمون رگرسیون، منبع: نگارنده

مدل	ضرایب		t	.Sig	
	ضرایب غیر استاندارد				ضرایب استاندارد شده
	B	خطای استاندارد			بتا
(ثابت)	۲,۵۴۹	.۲۱۳	۱۱,۹۹۱	.۰۰۱	
دانش	۳۴۷.	.۰۵۴	.۷۰۷	۶,۳۹۲	.۰۰۱
(ثابت)	۲,۵۶۲	.۲۳۵	۱۰,۸۹۵	.۰۰۱	
فاصله	۳۶۴.	.۰۶۴	.۶۶۵	۵,۷۰۹	.۰۰۱
(ثابت)	۲,۶۳۳	.۳۱۲	۸,۴۲۹	.۰۰۱	
احترام	۳۱۲.	.۰۷۷	.۵۳۴	۴,۰۴۲	.۰۰۱
(ثابت)	۳,۰۲۱	.۲۷۹	۱۰,۸۳۲	.۰۰۱	
زبان	۲۱۵.	.۰۶۹	.۴۳۹	۳,۱۳۲	.۰۰۳
(ثابت)	۳,۵۸۰	.۲۹۲	۱۲,۲۴۹	.۰۰۱	
تماس	۰۷۸.	.۰۷۵	.۱۵۹	۱,۰۳۳	.۰۳
(ثابت)	۳,۰۰۱	.۲۷۱	۱۱,۰۷۲	.۰۰۱	
نظام	۲۳۰.	.۰۷۰	.۴۵۸	۳,۳۰۳	.۰۰۲
(ثابت)	۲,۶۴۳	.۳۸۶	۶,۸۵۲	.۰۰۱	
سوتقاهمات	۳۰۱.	.۰۹۳	.۴۵۰	۳,۲۳۰	.۰۰۲
(ثابت)	۲,۶۴۴	.۲۳۳	۱۱,۳۷۰	.۰۰۱	
انگیزه	۳۱۱.	.۰۵۷	.۶۴۶	۵,۴۲۰	.۰۰۱
(ثابت)	۲,۵۲۴	.۳۱۷	۷,۹۶۴	.۰۰۱	
تکنولوژی	۳۲۶.	.۰۷۵	.۵۶۰	۴,۳۲۵	.۰۰۱

تبادل فرهنگی سودمند باشد. نکته قابل توجه این است که دانش می‌بایست به‌گونه‌ای ارائه شود که تنها جنبه اطلاعاتی نداشته باشد بلکه موجب تغییر نگرش‌ها و آگاهی‌های فرهنگی گردد. این تغییرات می‌تواند از طریق آموزش‌های مستقیم و غیرمستقیم در مکان‌های زیارتی صورت پذیرد. افزایش دانش به‌عنوان یک شاخص کلیدی، نسبت به دیگر شاخص‌ها اهمیت بیشتری دارد زیرا بدون داشتن دانش و آگاهی کافی، سایر شاخص‌ها (مانند تماس یا حتی افزایش انگیزه) نمی‌توانند به درستی اجرا شوند. از این‌رو، افزایش دانش در واقع پیش‌نیاز لازم برای تأثیر مثبت دیگر شاخص‌ها است.

شاخص (کاهش فاصله و شکاف) با (ضرایب مربع)  $R = 0.443$  و (بتا)  $0.665$  به عنوان دومین شاخص مؤثر بر ارتقاء روابط بین فرهنگی شناخته شده است، ضریب  $R$  برابر با  $0.443$  نشان‌دهنده

مهم‌ترین عوامل مؤثر در ارتقای روابط بین فرهنگی در پیاده‌راه‌های زیارتی است. این شاخص به‌طور خاص نشان‌دهنده اهمیت درک و آگاهی از فرهنگ‌ها و آداب و رسوم اقوام مختلف است که به زوار کمک می‌کند تا درک عمیق‌تری از معنای زیارت و سنت‌های مذهبی دیگران پیدا کنند. این شاخص تنها به ارائه اطلاعات محدود نمی‌شود، بلکه به فرآیند تعامل و درک عمیق زوار از دیگر فرهنگ‌ها اشاره دارد. در واقع، هنگامی که زوار با تاریخ، فلسفه، ارزش‌ها و آداب و رسوم یکدیگر آشنا می‌شوند، نه تنها به یک دیدگاه بازر نسبت به دیگری دست می‌یابند، بلکه ارتباط میان فرهنگی نیز ارتقاء می‌یابد. به‌عنوان مثال، اگر زوار از کشورهای مختلف در یک پیاده‌راه زیارتی با تاریخ و سنت‌های دینی یکدیگر آشنا شوند، قادر خواهند بود بر پایه این دانش به گفتگو و تعاملات مثبت بپردازند. این نوع تعاملات می‌تواند زمینه‌ساز همزیستی و

که در آن‌ها افراد از اهمیت تعامل فرهنگی و تبادل اطلاعات آگاه شوند و برای شرکت در فعالیت‌های مشترک علاقه‌مند شوند. به‌عنوان مثال، ایجاد توره‌های فرهنگی و برنامه‌های آموزشی در طی مسیر پیاده راه می‌تواند به‌طور قابل توجهی انگیزه زوار را برای یادگیری بیشتر درباره دیگر فرهنگ‌ها افزایش دهد. این انگیزه‌ها باید از طریق نمایش‌ها، کارگاه‌ها، رویدادهای مشترک، و یا حتی از طریق ایجاد فضاهایی برای گفتگو و تبادل تجربیات ایجاد شود. به عبارت دیگر، طراحی پیاده‌راه‌ها و فضاهای عمومی زیارتی باید به‌گونه‌ای باشد که افراد به‌طور طبیعی و بدون هیچ‌گونه فشار، تمایل به تعامل با یکدیگر پیدا کنند. افزایش انگیزه در واقع بعد عملی شاخص «افزایش دانش» و «کاهش فاصله» است. به این معنی است هنگامی که افراد از فرهنگ‌های مختلف آگاهی پیدا کنند و فواصل فرهنگی کاهش یابد، انگیزه برای تعاملات فرهنگی به‌طور طبیعی افزایش می‌یابد. بنابراین، انگیزه می‌تواند محرک مهمی برای اجرایی کردن دانش و نزدیک‌تر شدن فرهنگ‌ها باشد. این شاخص به‌طور غیرمستقیم با سایر شاخص‌ها ارتباط دارد و در کنار آنها عمل می‌کند تا منجر به ایجاد روابط مؤثر و طولانی‌مدت شود.

شاخص (به کارگیری تکنولوژی) با (ضرایب مربع R) ۰/۳۱۳ و (بتا) ۰/۵۶۰، در اولویت چهارم قرار می‌گیرد. ضریب R برابر با ۰/۳۱۳ نشان‌دهنده یک رابطه مثبت ضعیف تا متوسط است که حدود ۳۱٪ از تغییرات در روابط میان فرهنگی به‌واسطه استفاده از تکنولوژی قابل توضیح است. بتا برابر با ۰/۵۶۰ بیانگر تأثیر قابل توجه این شاخص است؛ به طوری که هر واحد افزایش در استفاده از تکنولوژی می‌تواند ۵۶٪ به تقویت روابط میان فرهنگی کمک کند. شاخص «به کارگیری تکنولوژی» در دنیای امروز نقش اساسی در تسهیل تعاملات فرهنگی ایفا می‌کند. تکنولوژی‌های نوین مانند واقعیت مجازی (VR)، ویدیو مپینگ، و پلتفرم‌های تعاملی می‌توانند ابزاری مؤثر برای انتقال دانش و تجربیات فرهنگی باشند. این ابزارها امکان تعامل میان زوار از فرهنگ‌های مختلف را بدون محدودیت‌های فیزیکی و زبانی فراهم می‌کنند. این شاخص نشان می‌دهد که استفاده از تکنولوژی می‌تواند شکاف‌های جغرافیایی و زبانی را از میان بردارد و به زوار این امکان را دهد که با فرهنگ‌های مختلف به‌صورت غیرمستقیم و از طریق فناوری‌های پیشرفته آشنا شوند. به‌طور مثال، از طریق واقعیت مجازی، زوار می‌توانند در کنار یکدیگر و در دنیای دیجیتال، به تجربیات زیارتی مختلف از اقصی نقاط جهان دست یابند و به‌صورت همزمان در آن‌ها مشارکت کنند. علاوه بر این، تکنولوژی می‌تواند به ارتقای فهم فرهنگی از طریق نمایش‌های دیجیتال و آموزش‌های آنلاین کمک کند. این نوع تکنولوژی‌ها نه تنها امکان تعامل میان فرهنگی را فراهم می‌آورد بلکه می‌تواند به درک بهتری از پیام‌های دینی و مذهبی مختلف نیز منجر شود. این شاخص به‌عنوان یک

رابطه مثبت و معناداری میان کاهش فاصله و شکاف‌های فرهنگی و بهبود روابط است. این مقدار نشان می‌دهد که تقریباً ۳۴٪ از تغییرات در روابط بین فرهنگی ناشی از کاهش این فاصله‌ها است. بتا برابر با ۰/۶۶۵ نشان‌دهنده آن است که افزایش تلاش‌ها برای کاهش شکاف‌های فرهنگی می‌تواند تأثیر قابل توجهی (۶۶٪) بر بهبود روابط فرهنگی داشته باشد. و نشان‌دهنده این است که یکی از بزرگ‌ترین موانع روابط بین فرهنگی، وجود شکاف‌ها و فاصله‌های فرهنگی است. این شکاف‌ها ممکن است ناشی از تفاوت‌های عمیق فرهنگی، زبانی، اجتماعی و حتی مذهبی باشند که بر تعاملات و فهم متقابل بین گروه‌ها تأثیر منفی می‌گذارند. برای از بین بردن این فاصله‌ها، لازم است که برنامه‌ها و فضاهایی برای تعاملات فرهنگی و اجتماعی ایجاد شود که افراد از گروه‌های مختلف فرهنگی بتوانند با یکدیگر به‌طور فعالانه در ارتباط باشند. این شاخص به معنای ایجاد فضاهایی برای گفتگو و تعامل است که موجب کاهش سوء تفاهم‌ها و تصورات منفی از گروه‌های دیگر می‌شود. برای کاهش شکاف‌ها، لازم است که آموزش‌هایی در خصوص تاریخ، فرهنگ، آداب و رسوم دیگران ارائه شود تا زوار به‌طور دقیق‌تری از فرهنگ‌های مختلف آگاه شوند. علاوه بر این، طراحی فضاهای شهری به‌گونه‌ای که افراد را به تعامل و گفتگو دعوت کند، می‌تواند نقشی اساسی در این زمینه ایفا کند. کاهش فاصله به‌طور مستقیم با شاخص‌های «افزایش تماس» و «افزایش دانش» در ارتباط است. در حالی که افزایش تماس ممکن است باعث نزدیک‌تر شدن افراد شود، بدون کاهش شکاف‌ها، این تماس‌ها می‌تواند موجب سوء تفاهم یا تنش شود. بنابراین، این شاخص می‌تواند به‌عنوان مکمل شاخص‌های دیگر در جهت افزایش تأثیرگذاری آن‌ها عمل کند.

سومین شاخص تأثیرگذار بر ارتقاء روابط بین فرهنگی با (ضرایب مربع R) ۰/۴۱۷ و (بتا) ۰/۶۴۶ شاخص (ایجاد و افزایش انگیزه و نیت) است ضریب R برابر با ۰/۴۱۷ نشان می‌دهد که تقریباً ۴۱٪ از تغییرات در بهبود روابط میان فرهنگی به انگیزه‌ها و نیت‌های افراد برای تعامل و آشنایی با فرهنگ‌های مختلف مرتبط است. این مقدار نشان می‌دهد که انگیزه‌های درونی افراد برای شناخت دیگر فرهنگ‌ها و تعامل با آن‌ها نقشی مهم و اساسی در تقویت روابط دارند. بتا برابر با ۰/۶۴۶ نشان می‌دهد که ایجاد انگیزه برای مشارکت و برقراری ارتباط با افراد از فرهنگ‌های دیگر تأثیر زیادی (۶۴٪) بر تقویت روابط بین فرهنگی دارد. بدون انگیزه کافی برای شناخت و درک فرهنگ‌های دیگر، هیچ‌گونه تعامل فرهنگی مؤثری به وقوع نخواهد پیوست. برای اینکه زوار تمایل به تعامل و یادگیری از دیگر فرهنگ‌ها داشته باشند، باید شرایط و امکاناتی فراهم شود که آن‌ها را به مشارکت در فعالیت‌های بین فرهنگی ترغیب کند. این شاخص به این معناست که برای ایجاد انگیزه در زوار، باید فضاهایی طراحی شود

در مکان‌های فرهنگی می‌تواند ۰/۴۵/۸ بر بهبود روابط فرهنگی تأثیر بگذارد، این شاخص به معنای ایجاد مجموعه‌ای از قواعد و اصول اخلاقی است که بتواند بر تعاملات فرهنگی و اجتماعی میان زوار در مکان‌های زیارتی نظارت کند و به آنها جهت دهد. این نظام‌ها می‌توانند از طریق تعیین چارچوب‌هایی برای رفتارهای مناسب، ایجاد آرامش و اعتماد میان گروه‌های مختلف فرهنگی، و جلوگیری از وقوع رفتارهای ناخوشایند و مضر در فضاهای عمومی پیاده‌راه‌های زیارتی ایجاد شوند. این شاخص به‌طور ویژه بر اهمیت «احترام به هنجارهای اجتماعی و فرهنگی» در تعاملات فرهنگی تأکید دارد. به‌عنوان مثال، طراحی فضاهای زیارتی باید به‌گونه‌ای باشد که زوار با هنجارهای فرهنگی و اخلاقی یکدیگر آشنا شوند و طبق آن‌ها عمل کنند. برقراری چنین نظام‌هایی موجب می‌شود که تمامی زوار، بدون توجه به پیشینه فرهنگی، احساس امنیت و احترام کنند و قادر به تعامل با یکدیگر باشند. در این راستا، به‌کارگیری آگاهی‌های دینی، فرهنگی و اخلاقی برای جلوگیری از هرگونه رفتار ضد اجتماعی و یا نقض حقوق فرهنگی افراد ضروری است. این نظام‌های اخلاقی می‌توانند در قالب قوانین رفتار در فضاهای عمومی، تبلیغات فرهنگی و آموزش‌های دینی در مکان‌های زیارتی و حتی از طریق گروه‌های راهنمای زیارتی اجرایی شوند. با وجود این، باید توجه داشت که این نظام‌ها باید به‌گونه‌ای طراحی شوند که از تنگ‌نظری و فرهنگ‌زدگی جلوگیری کنند و بر تفاوت‌های فرهنگی تأکید کنند تا همگان احساس کنند که به ارزش‌ها و اصول آن‌ها احترام گذاشته می‌شود. نظام هنجاری و اخلاقی به‌عنوان یک چارچوب پایدار و اساس تعاملات فرهنگی میان اقوام مختلف در محیط‌های زیارتی می‌تواند مکمل شاخص‌های «افزایش انگیزه» و «کاهش فاصله» باشد. این سیستم‌های اخلاقی و هنجاری باید با یکدیگر هماهنگ باشند تا از بروز تنش‌ها جلوگیری کرده و روابط سالم و احترام‌آمیز را ارتقاء دهند.

در ادامه بررسی و ارزیابی پرسشنامه، شاخص (رفع و کاهش سو تفاهمات) با (ضرایب مربع R) ۰/۲۰۳ و (بتا) ۰/۴۵۰ در رتبه هفتم اهمیت قرار گرفت ضریب R برابر با ۰/۲۰۳ نشان‌دهنده رابطه ضعیفی است که ۰/۲۰۳٪ از تغییرات در روابط فرهنگی به رفع و کاهش سو تفاهمات مرتبط است. بتا برابر با ۰/۴۵۰ نشان می‌دهد که رفع سو تفاهمات می‌تواند ۰/۴۵٪ تأثیر بر تقویت روابط فرهنگی داشته باشد. یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها در تعاملات بین فرهنگی، سو تفاهمات ناشی از تفاوت‌های فرهنگی، زبانی، رفتاری و حتی دینی است. این سو تفاهمات می‌توانند مانع از برقراری ارتباطات سازنده و مؤثر میان زوار از فرهنگ‌های مختلف شوند و حتی به بروز تضادها و مشکلاتی منجر شوند. برای کاهش سو تفاهمات، لازم است که فضاهای زیارتی و عمومی از طریق برنامه‌های آموزشی فرهنگی به زوار کمک کنند تا تفاوت‌های

ابزار کمکی برای تحقق اهداف دیگر شاخص‌ها، مانند افزایش دانش یا کاهش فاصله، عمل می‌کند. به عبارت دیگر، تکنولوژی به‌عنوان یک مکمل برای سایر شاخص‌ها است و نمی‌تواند تأثیرگذار باشد مگر اینکه زمینه‌های اولیه نظیر افزایش آگاهی و کاهش شکاف‌ها ایجاد شده باشد. با این حال، تکنولوژی ابزارهای مؤثری برای تسهیل یادگیری، انتقال دانش و افزایش ارتباطات در بسترهای مختلف فراهم می‌کند.

شاخص (افزایش احترام) با (ضرایب مربع R) ۰/۲۸۵ و (بتا) ۰/۵۳۴ پنجمین شاخص در بین شاخص‌های اثرگذار دیگر شناخته است ضریب R برابر با ۰/۲۸۵ نشان می‌دهد که رابطه بین احترام به تفاوت‌های فرهنگی و بهبود روابط میان فرهنگی نسبتاً ضعیف است. این مقدار به این معناست که تقریباً ۰/۲۸۵٪ از تغییرات در روابط فرهنگی تحت تأثیر احترام به دیگر فرهنگ‌ها قرار دارد. این نشان‌دهنده این است که احترام به فرهنگ‌های مختلف، اگرچه ضروری است، اما تنها عامل تأثیرگذار نیست و باید با سایر عوامل ترکیب شود تا بهترین نتیجه حاصل گردد. بتا برابر با ۰/۵۳۴ نشان می‌دهد که افزایش احترام می‌تواند ۰/۵۳٪ تأثیر مثبت بر تقویت روابط میان فرهنگی داشته باشد. افزایش احترام به‌طور مستقیم به تعاملات انسانی و فرهنگی مربوط می‌شود و نشان‌دهنده اهمیت برقراری ارتباطات با احترام و بدون قضاوت‌های منفی است. احترام متقابل در تعاملات فرهنگی، نه تنها موجب تقویت روابط بین فرهنگی می‌شود بلکه زمینه‌ساز همزیستی مسالمت‌آمیز در مکان‌های زیارتی است این شاخص به معنای ایجاد فضایی است که در آن زوار به‌طور غیرمستقیم به یادگیری و احترام به آداب و رسوم دیگران پرداخته و به درک مشترک از محیط زیارتی و ارزش‌های آن دست می‌یابند. ایجاد چنین فضایی نیازمند برنامه‌ریزی دقیق در طراحی فعالیت‌ها، آموزش‌ها و حتی نحوه برخورد با زوار است. این شاخص می‌تواند از طریق برگزاری برنامه‌هایی که به آموزش احترام به تنوع فرهنگی می‌پردازد، تقویت شود. به‌عنوان مثال، مراسم و فعالیت‌هایی که به‌طور مشترک برای احترام به آداب و رسوم فرهنگی مختلف طراحی می‌شود، می‌تواند به ایجاد احترام متقابل بین زوار کمک کند.

به عنوان ششمین شاخص می‌توان به (برقراری نظام هنجاری و اخلاقی) با (ضرایب مربع R) ۰/۲۱۰ و (بتا) ۰/۴۵۸ اشاره کرد، ضریب R برابر با ۰/۲۱۰ نشان‌دهنده رابطه ضعیف بین وجود یک سیستم هنجاری و اخلاقی مشترک و بهبود روابط فرهنگی است. این مقدار نشان می‌دهد که ۰/۲۱٪ از تغییرات در تعاملات فرهنگی با وجود یک سیستم هنجاری مشترک قابل توضیح است. این شاخص ممکن است به‌طور مستقیم بر روابط میان فرهنگی تأثیر نگذارد، اما وجود قوانین و هنجارهای مشترک می‌تواند به‌ویژه در فضاهای عمومی و زیارتی به تسهیل تعاملات کمک کند. بتا برابر با ۰/۴۵۸ نشان می‌دهد که استقرار یک نظام هنجاری و اخلاقی

عنوان زبان مشترک دنیای اسلام در تابلوها، اطلاع‌رسانی‌ها و آموزش‌ها، می‌تواند به تسهیل فرآیندهای ارتباطی و کاهش موانع زبانی کمک کند. زبان نمی‌تواند به‌تنهایی روابط مؤثر ایجاد کند. به همین دلیل، زبان به‌عنوان شاخصی کم‌اهمیت‌تر نسبت به افزایش دانش و کاهش فاصله و شاخص‌های دیگر، در نظر گرفته می‌شود و مشکل زبان را می‌توان تا حد زیادی به وسیله شاخص‌هایی همچون افزایش دانش و استفاده از تکنولوژی حل کرد.

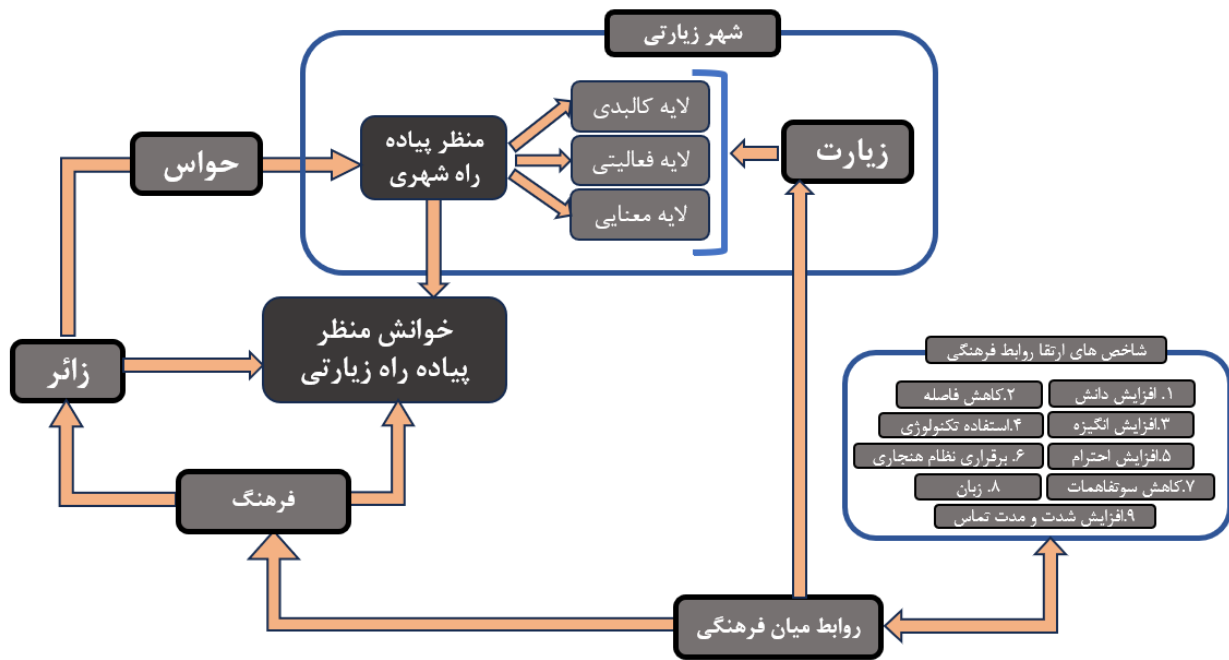
به‌عنوان نهمین و آخرین شاخص مؤثر در ارتقای روابط بین فرهنگی در اولویت‌بندی به دست آمده از تحلیل آماری پرسشنامه، می‌توان به شاخص (افزایش شدت و مدت تماس) با (ضرایب مربع)  $R = 0.25$  و (بتا)  $0.159$  اشاره کرد. ضریب  $R$  برابر با  $0.25$  نشان‌دهنده رابطه بسیار ضعیفی است که تنها  $2.5\%$  از تغییرات در روابط فرهنگی به افزایش شدت و مدت تماس بین زائران ارتباط دارد. بتا برابر با  $0.159$  نشان می‌دهد که شدت و مدت تماس می‌تواند تأثیر قابل توجهی ( $15.9\%$ ) در تقویت روابط میان فرهنگی داشته باشد. شاخص «افزایش تماس» به معنای افزایش حضور فیزیکی و تعاملات اجتماعی میان زوار مختلف است. در حالی که تماس فیزیکی می‌تواند تا حدی به کاهش تصورات قالبی و سوء تفاهمات فرهنگی کمک کند، اما تنها افزایش حضور فیزیکی نمی‌تواند به‌طور خودکار موجب ارتقای روابط بین فرهنگی شود. به عبارت دیگر، برای مؤثر واقع شدن تماس، نیاز است که شرایط و فضای مناسب برای تعاملات فرهنگی، آموزشی و اجتماعی فراهم گردد. حضور فیزیکی گروه‌های مختلف فرهنگی در یک مکان مشترک، در صورتی که تعاملات به‌طور طبیعی و با آگاهی فرهنگی پیش بروند، می‌تواند به افزایش درک متقابل و کاهش تعصبات فرهنگی منجر شود. اما اگر تنها بر حضور فیزیکی تأکید شود، این امر می‌تواند به شکل‌های منفی، مانند جداسازی گروه‌ها و عدم تمایل به تعامل، منجر شود. به‌طور مثال، اگر گروه‌های مختلف تنها در کنار یکدیگر حضور داشته باشند ولی تعاملات و گفتگوهای سازنده‌ای انجام نگیرد، هیچ تأثیر واقعی در تقویت روابط فرهنگی ایجاد نخواهد شد، افزایش تماس بدون آگاهی فرهنگی (افزایش دانش) و احترام به یکدیگر می‌تواند منجر به سوء تفاهم یا حتی ایجاد تنش شود. بنابراین، این شاخص در مقایسه با سایر شاخص‌ها در اولویت پایین‌تری قرار دارد زیرا تنها با توجه به اطلاعات و آموزش‌های قبلی است که تماس می‌تواند به نتایج مثبت و پایدار منجر شود.

## ۷. نتیجه‌گیری

پیدارها به‌عنوان فضاهای عمومی شهری، در بسیاری از جنبه‌های زندگی اجتماعی و فرهنگی انسان‌ها نقشی اساسی ایفا می‌کنند. این فضاها، که به‌طور مستقیم در دسترس عموم قرار دارند، علاوه بر تأمین نیازهای رفت‌وآمد، به‌ویژه در محیط‌های

فرهنگی یکدیگر را درک کنند و از برداشت‌های غلط خودداری نمایند. به‌عنوان مثال، ارائه کارگاه‌های آموزشی برای توضیح تفاوت‌های فرهنگی، برگزاری جلسات تعامل میان گروه‌های مختلف و فراهم کردن زمینه برای پرسش و پاسخ‌های فرهنگی می‌تواند به رفع این سوء تفاهمات کمک کند. در نهایت، یک طراحی شهری و فضای زیارتی مناسب که افراد از فرهنگ‌های مختلف بتوانند در آن به‌طور آزادانه و با آگاهی کامل تعامل کنند، می‌تواند زمینه‌ساز کاهش سوء تفاهمات باشد. از این طریق، زوار به راحتی می‌توانند از نگرش‌های فرهنگی متفاوت خود عبور کنند و درک متقابل ایجاد کنند. این شاخص به‌شدت وابسته به شاخص «افزایش دانش» است. در حالی که افزایش تماس یا انگیزه ممکن است باعث نزدیک‌تر شدن افراد شود، بدون درک صحیح از تفاوت‌های فرهنگی، سوء تفاهمات و سوء تفاهم‌ها ممکن است به راحتی ایجاد شوند. به همین دلیل، کاهش سوء تفاهمات در واقع ادامه و تکمیل‌کننده «افزایش دانش» است.

بر اساس آماره‌های به دست آمده، شاخص (زبان) با (ضرایب مربع)  $R = 0.193$  و (بتا)  $0.439$ ، در رتبه هشتم شاخص‌های تأثیرگذار بر ارتقاء روابط بین فرهنگی قرار گرفته است، ضریب  $R$  برابر با  $0.193$  نشان‌دهنده رابطه ضعیفی است که تنها  $19.3\%$  از تغییرات در روابط فرهنگی به زبان مشترک یا تسلط به زبان‌های مختلف ارتباط دارد. بتا برابر با  $0.439$  نشان می‌دهد که زبان می‌تواند تأثیر قابل توجهی ( $43.9\%$ ) در تقویت روابط میان فرهنگی داشته باشد. زبان، به‌عنوان وسیله‌ای برای ارتباط، می‌تواند نقش حیاتی در تسهیل یا مانع ایجاد تعاملات میان فرهنگی ایفا کند. در فضاهای زیارتی که افراد از کشورهای مختلف با زبان‌های متفاوت به آن‌جا مراجعه می‌کنند، برقراری ارتباط مؤثر با استفاده از زبان‌های مختلف به‌ویژه در عرصه‌های رسمی و غیررسمی، اهمیت بالایی دارد. این شاخص به معنای استفاده از زبان به‌عنوان ابزار اصلی برای انتقال مفاهیم، ارزش‌ها و تعاملات اجتماعی است. در چنین فضاهایی، اگر زبان مشترک وجود نداشته باشد، احتمال بروز سوء تفاهمات و اختلال در ارتباطات بسیار زیاد خواهد بود. به همین دلیل، برقراری سیستم‌های ترجمه و تفسیر فرهنگی در مکان‌های زیارتی می‌تواند راهگشا باشد. به‌طور خاص، استفاده از مترجمان فرهنگی که علاوه بر تسلط به زبان، درک عمیقی از تفاوت‌های فرهنگی دارند، می‌تواند در تسهیل روابط بین زوار بسیار مؤثر باشد. همچنین، به‌کارگیری فناوری‌های نوین مانند اپلیکیشن‌های ترجمه زبان و سرویس‌های صوتی خودکار که قادر به ترجمه فوری اطلاعات هستند، می‌تواند به‌طور چشمگیری به رفع موانع زبانی کمک کند. در این راستا، طراحی فضای زیارتی باید به‌گونه‌ای باشد که تمامی افراد با هر زبان و فرهنگ، قادر به برقراری ارتباط مؤثر با یکدیگر باشند. استفاده از زبان‌های مشترک بین‌المللی مانند انگلیسی به‌عنوان زبان دوم و عربی به



نمودار ۵. کلیت روابط میان مفاهیم بررسی شده، منبع: نگارنده

مشابه روایات و معنای منظر توسط افراد و مخاطبان منظر، نه تنها موجب ایجاد حس مکان مشترک و حس تعلق همگانی می‌شود، بلکه ارتقاء روابط بین فرهنگی بین گروه‌های مختلف را نیز به همراه می‌آورد (نمودار ۵). بنابر این در این پژوهش سعی شد تأثیر ۹ شاخص ارتقاء روابط فرهنگی بر خوانش مشترک معنا و روایت منظر در پیاده راه‌های زیارتی مورد بررسی قرار گیرد و براساس میزان اثرگذاری اولویت‌بندی شوند.

بر اساس نتایج تحقیق و پرسشنامه، شاخص افزایش دانش و کاهش فاصله و شکاف فرهنگی بیشترین تأثیر را بر خوانش مشترک معنا و روایات منظر دارد و سایر شاخص‌ها از جمله افزایش انگیزه و نیت، به‌کارگیری تکنولوژی، افزایش احترام، برقراری نظام هنجاری و اخلاقی، رفع و کاهش سوتفاهمات، زبان مشترک و افزایش شدت و مدت تماس، به ترتیب در اولویت‌های بعدی قرار می‌گیرند.

در نهایت، نتایج تحقیق به‌طور واضح نشان می‌دهد که پیاده‌راه‌ها می‌توانند به‌عنوان ابزاری کارآمد برای ارتقای روابط میان فرهنگی و اجتماعی عمل کنند، به شرط آنکه طراحی و برنامه‌ریزی آن‌ها بر اساس نیازها و ویژگی‌های خاص فرهنگی و اجتماعی زیارتی افراد صورت گیرد و دوماً استفاده از شاخص‌های مطرح شده در مقاله نیز مورد توجه قرار گیرد. از این رو، طراحان منظر و مدیران شهری باید بر اساس یافته‌های این تحقیق، تلاش کنند تا پیاده‌راه‌ها را به فضاهایی تبدیل کنند که نه تنها برای تردد، بلکه برای ایجاد فهم و درک متقابل میان گروه‌های مختلف فرهنگی نیز مفید واقع شوند.

شهری و زیارتی که افراد از فرهنگ‌های مختلف گرد هم می‌آیند، بستر مناسبی برای تعاملات اجتماعی و فرهنگی نیز فراهم می‌آورند. پیاده‌راه‌ها می‌توانند فرصت‌هایی برای بهبود روابط میان فرهنگی، تقویت احساس هویت جمعی و ارتقای درک متقابل ایجاد کنند.

با توجه به مفاهیم بیان شده در بخش مبانی نظری پژوهش، منظر یک پدیده روایتگر است که با استفاده از لایه‌ها و نشانه‌های متفاوتی که در دل خود دارد، داستان ارتباط انسان با محیط پیرامون خودش را روایت می‌کند. محیط و فضا وقتی با انسان وارد ارتباط می‌شود، بار ارزشی و معنای پیدا کرده، تبدیل به مکان شده و سرشار از معانی نمادین و دل‌بستگی‌های عاطفی، احساساتی، اجتماعی و فرهنگی می‌شود که برآیند همه‌ی عواملی که نتایج تعامل انسان و محیط است، معنای مکان را شکل می‌دهد.

ادراک و خوانش روایت منظر و معنای مکان در ارتباط مستقیم و دو طرفه با ارتباط و تعامل میان انسان و مکان تعریف می‌شود. خوانش و ادراک روایت منظر به عوامل مختلفی همچون زمان، وضعیت و قراردادهای اجتماعی، حالت و برداشت ذهنی، دیدگاه‌ها و تجربه‌های شخصی، عادات تفسیری و... بستگی دارد. فرهنگ و دانش فرهنگی یکی دیگر از عوامل بسیار مهم است و همانطور که در معنی دادن به یک محیط بی معنی توسط مردم بسیار نقش پر رنگی دارد، در خوانش و ادراک این معنای و روایات نیز بسیار حائز اهمیت است و افراد با فرهنگ‌های مختلف از یک داستان و روایت می‌توانند برداشت‌های متفاوتی را داشته باشند. بنابر این در یک منظر شهری، خوانش و ادراک مشترک و

- architecture features to connect users with environments and architectural spaces. International Conference on Sustainable Development and Urban Development.
11. Farsi-Astaneh, N., Haghigatbin, M., & Rahbarnia, Z. (2022). Interaction occurrence in landscapes and the influence of human and environmental components. *Manzar*, 14(61), 76-89.
  12. Sadegh-Alavi-Rafiei, Z., & Masoumi, M. (2021). The impact of pedestrian paths on improving urban environment quality. Retrieved from Civilica
  13. Haghighi, Mostafaei, Tavasoli, & Akhtari. (2016). Feasibility study for converting commercial streets to pedestrian paths in small cities: Case study of Imam Khomeini Street in Golpayegan. *Geography and Environmental Studies*, 4(16), 79-92.
  14. Yusefi, A., & Varshouei, S. (2010). Foreign pilgrims' visits to Mashhad and their impact on intercultural communication in Shia communities. *Cultural and Communication Studies Quarterly*, 6(18), 115.
  15. Leikkilä, J., Faehnle, M., & Galanakis, M. (2013). Promoting interculturalism by planning of urban nature. *Urban Forestry & Urban Greening*, 12(2), 183-190.
  16. Daly, J. (2020). Superkilen: exploring the human-nonhuman relations of intercultural encounter *Journal of Urban Design*, 25(1), 65-85.
  17. "Kiani, K., & Bemanian, M. R. (2024). Analytical assessment of aesthetic feelings in the Arbaeen pilgrimage walk. *Urban Design Discourse: A Review of Contemporary Literature and Theories*, 5(1), 114-132.
  18. "Ghiassi, H., Barzoui, N., Nasiri, \] First Initial.\ [ , & Omid, \] First Initial.\]. (2020). Dimensions and strategies of cultural diplomacy in the Arbaeen pilgrimage ritual. *Strategic Studies of International Policy*, 4\_(7), 221-247."
  19. "Rahmani, & Jabbar, (2023). The Arbaeen pilgrimage walk: From utopia and ideology to heterotopia. *Iranian Journal of Social Studies*, 16\_(4), 55-76."

## References

1. Gharib, F. (2004). Feasibility study of creating pedestrian and bicycle routes in Old Tehran. *Fine Arts Journal*, 19, 17-28.
2. Shir-Mohammadi, H., & Naghibi, F. (2007). Urban development of Nalus city considering environmental impacts using GIS. *Urban Identity Journal*, 1(1).
3. Azadkhani, P., & Baghlani, E. (2017). Evaluation and comparison of two strategies of pedestrianization and pedestrian-orientation in urban centers: Case study of the central fabric of Ilam city. *Urban Civil Studies Quarterly*, 1(2), 2-31.
4. Kashani-Jo, K., & Mofidi-Shemirani, S. M. (2009). The evolution of urban transportation theories. *Urban Identity*, 3(4), 3-14. Retrieved from SID
5. Abbaszadeh, S., & Tamri, S. (2012). Analysis of factors influencing the spatial quality of pedestrian pathways to enhance social interactions: Case study of Tabriz's Tabriz and Valiasr routes. *Urban Studies Quarterly*, 4(1), 1-10.
6. Ghorbani, R., & Jam-Kasra, M. (2010). Pedestrianization movement: A new approach to reviving urban centers: Case study of Tabriz's Tabriz pedestrian street. *Urban and Regional Studies and Research*, 2(6), 55-72.
7. Stephen, M, et al, 2017, Religion, Culture, and Communication, Online Publication Date. Tan, M, 1994, Establishing Mutual Understanding in Systems Design: An Empirical Study, *Journal of Management Information Systems*, n. 10, p. 159-182.
8. Khamenei, A. (2013, December 10). *Speech in a meeting with members of the Supreme Council of the Cultural Revolution*. Retrieved from <https://farsi.khamenei.ir> (or another appropriate source if you're citing from a print or physical archive—please confirm if there's a specific URL or publication)
9. Yousefzadeh, H. (2014). *An intercultural communication model* (Doctoral dissertation). Baqir al-Olum University, Qom, Iran.
10. Jelvani-Esfahani, A. (2016). Exploring interactive

- Cambridge : Cambridge University Press.
30. Chandler, Daniel (2007), *Semiotics: The Basics*, Routledge, London.
  31. Barthes, Roland (1972), *Degré Zero de l'écriture*, *Nouveaux essais Critique*, Paris. PP:140
  32. Ghafari, A., Falamaki, M. M., & Habib, F. (2015). Evaluation the Theories of Semiotics Approach in the Reading of Architecture and Urbanism. *International Journal of Review in Life Sciences*, 5(4), 642-649.
  33. Floch, Jean-Marie 1990. *Sémiotique, Marketing et Communication*. Paris : Puf.Greimas, Algirdas J. 1970. *Du Sens*. Paris : Seuil.
  34. Volli, Ugo 2000. *Manuale di Semiotica*. Bari: Laterza. PP:224
  35. Lotman, Juri M. 1990. *Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture*. London: I.B.Tauris. PP:13
  36. Eco, Umberto 1979. *The Role of the Reader*. Bloomington: Indiana University Press. PP:7
  37. Duncan, James; Duncan, Nancy 1988. (Re)reading the Landscape. *Environment and Planning D: Society and Space* 6(2): 117-126.
  38. Sharkey, B. (2016). "Thinking about Landscape Architecture: Principles of a Design Profession for 21st century", Routledge.
  39. Bennett, A., & Royle, N. (2009). *Introduction to Literature, Criticism, and Theory* (A. Tamim-Dari, Trans.). Tehran: Institute for Cultural and Social Studies.
  40. Mansouri, S. A. (2014). Iranian landscape: The eternal cypress. *Manzar*, 5(25), PP: 5.
  41. Mansouri, S. A. (2005). *An introduction to the aesthetics of landscape architecture*. *Bagh Nazar*, 2(2), 69-78.
  42. Mansouri, S. A. (2010). *Urban landscape: Controlling the qualitative aspects with quantitative elements*. *Manzar*, 3(11), 6-7.
  43. Swaffield, S. R. (Ed.). (2002). *Theory in landscape architecture: A reader*. University of Pennsylvania Press. PP:136-137
  44. Heydari, A. A., & Behdadfar, N. (2016). Examining
  20. "Emami, S. M., Ghiassi, H., & Hadi, \] First Initial. \]. (2018). Civilizational convergence on the path of pilgrimage: Focusing on the Arbaeen pilgrimage walk. *Biannual Journal of Religion and Cultural Politics*, 4\_(2), 127-148."
  21. Mortazavi, S. (2017). Socio-cultural impacts of pedestrian paths in historical urban areas: Case study of Tehran's District 12. Faculty of Literature and Humanities, Islamic Azad University Central Tehran Branch.
  22. Gholami, G. (2013). Designing and organizing pedestrian routes with emphasis on religious and ceremonial activities: Case study of the old fabric surrounding Razavi shrine in Mashhad during Muharram and Safar. Faculty of Architecture and Urban Development, Imam Khomeini International University.
  23. Heydarzadeh, M. S. (2011). Improving urban spaces quality with emphasis on pedestrian paths: Case study of Imam Reza Street in Mashhad. Faculty of Art and Architecture, Islamic Azad University Central Tehran Branch.
  24. Ahmadian, P. (2016). Designing a cultural complex in Rasht: Enhancing space eventfulness in Alam-Al hoda pedestrian path with a multi-sensory perception approach. Faculty of Art and Architecture, University of Guilan.
  25. Nayeb-Pashaei, A. (2019). Revitalization of Jameh Mosque - Sheikh Safi Pedestrian Path for tourism development in Ardabil city. Faculty of Engineering, Mohaghegh Ardabili University.
  26. Mahan, A., & Mansouri, S. A. (2017). The concept of landscape with emphasis on multidisciplinary perspectives. *Bagh-e-Nazar*, 14(47), 17-28.
  27. Mansouri, S. A. (2004). An introduction to understanding landscape architecture. *Bagh-e-Nazar*, 2(2), 69-77.
  28. Taqvaei, S. H. (2012). *Landscape architecture: An introduction to definitions and theoretical foundations*. Tehran: Shahid Beheshti University.
  29. Duncan, James S. 1990. *The City as Text: The Politics of Landscape Interpretation in the Kandyen Kingdom*.

51. Seyyed Hossein Sharaf Al-Din. (2009). Intercultural communication at a glance. *Cultural and Social Knowledge Journal*, (139), PP: 135-136.
52. Hall, E. T. (1998). *The power of hidden differences, 1998*. Basic concepts of intercultural communication selected readings. "edited by Milton J, Bennett. International Press, Inc.
53. Heydarpoor, M., & Mohammadi-Mezainani, A. (2014). *Sociology of culture*. Tehran: Sociologists Publishing.
54. Hassani, A., & Aminian, N. (2016). Development of the tourism industry as a factor for intercultural communication.
55. Razi, H. (1998). Intercultural communication (History, concepts, and significance). *Research Journal of Imam Sadeq University*, 6-7, 135-166.
56. Samovar, L. A., et al. (2000). *Intercultural communication* (G. Kiani & S. A. Mir-Hassani, Trans.). Tehran: Beza Publications.
57. Yousefzadeh Arbat. (2018). Problematology of Intercultural Communication. *Cultural and Social Knowledge*, 36(9), 5-24.
58. Seyyed Hossein Sharaf Al-Din. (2009). Intercultural communication at a glance. *Cultural and Social Knowledge Journal*, (139), PP: 135-136.
45. Cheng, A. S., & Daniels, S. E. (2003). Examining the interaction between geographic scale and ways of knowing in ecosystem management: a case study of placebased collaborative planning. *Forest Science*, (49): 841-854.
46. Stedman, Richard C. (2002). *Toward a Social Psychology of Place Predicting Behavior from Place-Based Cognitions, Attitude, and Identity*. *Environment and behavior*, 34(5), 561-581.
47. Falahat, M. S. (2005). The role of physical design in the sense of place in mosques. *Fine Arts Journal*, 22.
48. Karimi, K., & Cheshme-Ghasabani, M. (2021). Explaining the narrative landscape in Iranian gardens. 7th National Conference on Applied Research in Civil Engineering, Architecture, and Urban Management.
49. Haghghatbin, M. (2017). The role of signs in enhancing sense of place in Iranian gardens. *Manzar*, 9(40), 6-15.
50. Rashidi, Z., & Danshferd, K. (2016). Validation of cultural program implementation models in the vision document of 2025. *Intercultural Studies*, 29, 9-40.